

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teori	5
1. Pengertian Kemasan (packaging)	5
2. Fungsi kemasan	5
3. Strategi Kemasan	6
4. Indikator Kemasan.....	7
5. Pengertian Harga	7
6. Tujuan Penetapan Harga.....	9
7. Peranan Harga.....	9
8. Indikator harga.....	9
9. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen.....	10
10. Tahap-tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	11
11. Indikator Keputusan Pembelian	11
B. Peneliti Terdahulu.....	12
C. Kerangka Konseptual	12
D. Hipotesis	14

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	16
C. Definisi Operasional Variabel	18
D. Jenis dan Sumber Data	19
E. Teknik Pengumpulan Data	19
F. Teknik Analisis Data	21
G. Uji Hipotesis	23

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Hasil Penelitian.....	25
1. Perusahaan	25
2. Visi Dan Misi	26
3. Struktur organisasi.....	27
4. Karakteristik Responden.....	28
5. Hasil Jawaban Responden	29
B. Pembahasan	43
1. Uji Validitas Dan Realibilitas.....	43
2. Uji Asumsi Klasik	46
3. Uji statistik	50
4. Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	51
5. Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	52
6. Uji Determinasi.....	53

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	54
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1	Rincian waktu penelitian.....	15
Tabel 3.2	Jumlah Penduduk Kelurahan Cinta Damai Medan	16
Tabel 3.3	Jumlah Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin Di Kelurahan Cinta Damai Medan	17
Tabel 3.4	Definisi oprasional	18
Tabel 3.5	Instrumen Skala Likert	21
Tabel 4.1	Distribusi Usia Responden.....	28
Tabel 4.2	Distribusi Jenis Kelamin Responden	28
Tabel 4.3	Tampilan Produk Mie Sedaap Yang Di Tampilakan Menarik Dan Mudah Dikenali Rata-Rata Konsumen.....	29
Tabel 4.4	Kedua Produk Mie Sedaap Merupakan Merek Yang Mudah Di Ingat.....	30
Tabel 4.5	Produk Mie Sedaap Menampilakan Kemasan Yang Menarik Dengan Kesesuaian Warna Yang Bervariasi	31
Tabel 4.6	Kemasan Mie Sedaap Sesuai Dengan Selera Konsumen.....	32
Tabel 4.7	Kemasan Mie Sedaap Bervariasi Dan Menarik	33
Tabel 4.8	Harga Mie Sedaap Terjangkau Rata-Rata Konsumen.....	34
Tabel 4.9	Lebih Memilih Produk Mie Sedaap Dibandingkan Dengan Merek Yang Sejenis Karena Harga Yang Ditawarkan Besaing.....	35
Tabel 4.10	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk Mie Sedaap Sesuai Dengan Tingkat Harga Yang Ditawarkan Mempengaruhi Saudara Dalam Melakukan Pembelian Mie Sedaap	36
Tabel 4.11	Mie Sedaap Memberikan Potongan Harga Kepada Konsumen	37

Tabel 4.12	Harga Yang Ditawarkan Mie Sedaap Terlalu Tinggi Dari Produk Sejenis.....	38
Tabel 4.13	Membeli Produk Mie Sedaap Sebagai Produk Pilihan Karna Produk Mie Sedaap Sesuai Dengan Kualitas Yang Ditawarkan Rata-Rata Konsumen.....	39
Tabel 4.14	Setelah Membeli Dan Mengkonsumsi Produk Mie Sedaap Apakah Anda Akan Merekomendasikan Produk Mie Sedaap Ke Orang Lain	40
Tabel 4.15	Setelah Mengkonsumsi Produk Mie Sedaap Anda Akan Membeli Lagi Produk Mie Sedaap.....	41
Tabel 4.16	Setelah Mengkonsumsi Produk Mie Sedaap Anda Tidak Akan Membeli Lagi Produk Mie Sedaap	42
Tabel 4.17	Setelah Membeli Mie Sedaap Anda Tidak Akan Merekomendasikan Produk Mie Sedaap Kepada Orang Lain	43
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan (X_1).....	44
Tabel 4.19	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2).....	45
Tabel 4.20	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.21	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y, X_1 , dan X_2	46
Tabel 4.22	Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.23	Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.24	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	51
Tabel 4.25	Uji Signifikan Simultan (Uji F)	52
Tabel 4.26	Koefisien Determinasi (R^2).....	53

Daftar Gambar

Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual	12
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi.....	27
Gambar 4.2	Grafik Histrogram	47
Gambar 4.3	Kurva PP-Plots	47
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49

