

DAFTAR ISI

	Hal.
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Peneliti	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Tanaman Kelapa	6
2.1.2 Santan Instan	7
2.1.3 Atribut Produk	9
2.1.4 Preferensi Konsumen	12
2.1.5 Perilaku Konsumen	14
2.1.6 Sikap Konsumen	15
2.1.7 Pemasaran	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.4 Hipotesis	23
BAB III. METODE PENELITIAN	24
3.1.1. Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.1.2. Waktu dan Penilitian	24
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Penentuan Responden	25
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan data	26
3.5 Operasionalisasi Variabel	26
3.6 Definisi dan Operasional Variabel	27
3.5.1 Definisi	27
3.5.2 Operasional Variabel	28
3.6 Kerangka Analisis	29
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	33
4.1 Gambaran Umum Lokasi	33
4.1.1 Kondisi Geografis	33

4.1.2	Karakteristik Pasar Pangandaran.....	34
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		35
5.1	Karakteristik Responden	35
5.1.1	Jenis Kelamin.....	35
5.1.2	Umur	36
5.1.3	Tingkat Pendidikan	37
5.1.4	Pekerjaan.....	37
5.2.1	Alasan Pembelian	39
5.2.2	Frekuensi Pembelian.....	39
5.2.3	Tujuan Pembelian	40
5.4	Sikap Konsumen Terhadap Atribut Santan Klatu	44
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN		46
6.1	Simpulan	46
6.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA		47

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal.
1.	Penelitian Terdahulu	18
2.	Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.	Pengukuran Variabel Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Santan Klatu	28
4.	Pengukuran Variabel kepercayaan konsumen (bi) terhadap Atribut Santan Klatu PT Pacific Eastern Coconut.....	28
5.	Pengukuran Variabel Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Sanatan Klatu	29
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	37
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
10.	Perilaku Beli Konsumen Berdasarkan Alasan Pembelian santan Klatu Di Pasar Pangandaran.	39
11.	Perilaku Beli Konsumen Berdasarkan Frekuensi Santan klatu Di Pasar Pangandaran	40
12.	Perilaku Konsumen Berdasarkan Tujuan Pembelian Santan Klatu di Pasar Pangandaran.	41
13.	Katagori Atribut Santan Klatu	42
14.	Preferensi Konsumen Terhadap Santan Klatu di Pasar Pangandaran.....	42
15.	Hasil Analisis <i>Chi Square</i> (X^2)	43
16.	Sikap Konsumen Terhadap Atribut Santan Klatu	44

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal.
1.	Grafik Konsumen Santan Bermerek Menurut SES.....	2
2.	Gambar Santan Klatu	8
3.	Faktor- faktor yang Mempengaruhi Pentingnya Atribut.....	11
4.	Model Hierarchi of Effect Sumber: Kotler dan Keller (2007).....	14
5.	Konsep-konsep Inti Pemasaran(Kotler,1997).....	17
6.	Skema Kerangka Pemikiran.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal.
1.	Sketsa Wilayah Pasar Pangandaran.	49
2.	Identitas Konsumen Responden Santan Klatu PT. Pacific Eastn Coconut Utama	50
3.	Hasil Perhitungan <i>Chi square</i> (X^2)	51
4.	Hasil Penilaian Kepercayaan Konsumen (bi) dan Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Santan Klatu	55
5.	Dokumentasi Penelitian Di Pasar Pangandaran	56
6.	Riwayat Hidup	59