

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Konsep Pemasaran	12
2.1.2. Perilaku Konsumen	14
2.1.3. Persepsi	15
2.1.4. Desain Kemasan	17
2.1.4.1. Elemen Visual Desain Kemasan	19
2.1.5. Kualitas	26
2.1.6. Nilai Produk	28

2.1.7. Pengertian Merek	30
2.1.7.1. Preferensi Merek	32
2.2. Penelitian Sebelumnya	33
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian	35
2.3.1. Pengaruh Desain Kemasan Visual terhadap Persepsi atas Kualitas Produk	35
2.3.2. Pengaruh Desain Kemasan Visual terhadap Preferensi Merek	36
2.3.3. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Persepsi atas Nilai Produk	37
2.3.4. Pengaruh Persepsi atas Kualitas Produk terhadap Preferensi Merek	38
2.3.5. Pengaruh Persepsi atas Nilai Produk terhadap Preferensi Merek	38
2.4. Model Analisis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian	41
3.2. Identifikasi Variabel	42
3.3. Definisi Operasional	42
3.4. Jenis dan Sumber Data	45
3.5. Prosedur Pengumpulan Data	45
3.6. Prosedur Penentuan Sampel	46
3.6.1. Penentuan Populasi Penelitian	46
3.6.2. Penentuan Sampel Penelitian	47
3.7. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	48

3.7.1. Validitas Alat Ukur	48
3.7.2. Reliabilitas Alat Ukur	50
3.8. Teknik Analisis	51
3.8.1. <i>Structural Equation Modelling</i>	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	57
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2.1. Karakteristik Responden	59
4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	61
4.2.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk Minuman Kemasan “Teh Botol Sosro 250ml”	62
4.2.2. Deskripsi Tanggapan Responden	63
4.2.2.1. Deskripsi Variabel Desain Kemasan Visual	64
4.2.2.2. Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Produk	65
4.2.2.3. Deskripsi Variabel Persepsi Nilai Produk	66
4.2.2.4. Deskripsi Variabel Preferensi Merek	67
4.3. Uji Asumsi SEM	69
4.3.1. Uji Normalitas	69
4.3.2 Uji Outliers	70

4.4 Uji Multikolinearitas	71
4.5 Hasil Penelitian	72
4.5.1 Analisis <i>Measurement Model</i> (Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	72
4.6 Analisis Structural Model	78
4.6.1 Pengujian Kesesuaian Model	78
4.6.2 Pengujian Hipotesis	80
4.6.3 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	84
4.7. Pembahasan	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	96
5.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konsumsi Rata-rata Per Kapita	4
Tabel 1.2 Kategori Teh Dalam Kemasan Siap Minum Top Brand 2014.....	6
Tabel 2.1 Elemen Desain Kemasan	20
Tabel 2.2 Elemen Visual Tipografi	22
Tabel 2.3 Elemen Visual Warna	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	60
Tabel 4.4 Data Rata-rata Intensitas Pembelian Produk Minuman Kemasan “Teh Botol Sosro”	61
Tabel 4.5 Kategori Mean dari Skor Interval	62
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Desain Kemasan Visual	63
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk	64
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Nilai Produk	65
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Preferensi Merek	66
Tabel 4.10 Uji Multivariate Normality	68
Tabel 4.11 Uji Outliers	69
Tabel 4.12 Confirmatory Factor Analysis	74
Tabel 4.13 Nilai Construct Reliability	76
Tabel 4.14 Nilai Goodness of Fit dan Cut off Value Structural Model	78
Tabel 4.15 Standardize Regression Weight Full Model Structural	80
Tabel 4.16 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis Penelitian	38
Gambar 4.1 Hasil Uji CFA (Confirmatory Factor Analysis	73
Gambar 4.2 Structural Model	77

