

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	
ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	
2.1.1. Konsep Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	11
2.1.2. Pengembangan Produk	12
2.1.3. Atribut Produk	15
2.1.4. Prefrensi Konsumen	20
2.1.5. Niat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	22
2.1.6. Demografi	23
2.1.6.1. Peran Demografi Dalam Pemasaran	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Hipotesis dan Model Analisis Penelitian	28
2.3.1 Hipotesis	28
2.3.2 Model Analisis Penelitian	29
2.4 Kerangka Berfikir	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Identifikasi Variabel	33
3.3 Definisi Operasional	33
3.3.1 Variabel Atribut & Level	33
3.3.2 Variabel Niat Beli	38
3.3.1 Variabel Demografi	39

3.4 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.4.1 Jenis Data.....	40
3.4.2 Sumber Data.....	41
3.4.2.1. Populasi Penelitian.....	41
3.4.2.2. Sampel dan Besar Sampel Penelitian.....	42
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	42
3.6 Teknik Analisis	
3.6.1 <i>Conjoint Analysis</i>	44
3.6.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	45
3.6.3 <i>Cluster Analysis</i>	46
3.7 Alur Penelitian.....	47

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	
4.1.1 Objek Penelitian.....	49
4.1.2 Subjek Penelitian.....	53
4.1.3 Karakteristik Responden	
4.1.3.1 Jenis Kelamin Responden.....	53
4.1.3.2 Usia Responden.....	54
4.1.3.3 Latar Belakang Pendidikan Responden.....	54
4.1.3.4 Tingkat Pendapatan Responden.....	55
4.1.3.5 Jenis Pekerjaan Responden.....	56
4.1.3.6 Jarak yang ditempuh Responden.....	57
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	
4.2.1 Penelitian Pendahuluan.....	58
4.2.2 <i>Orthogonal Plan</i>	61
4.2.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	63
4.3 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	
4.3.1. Metode <i>Conjoint Analysis</i>	73
4.3.2. Analisis Regresi.....	76
4.3.3. Uji Cluster Analysis.....	80
4.3.4. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	92
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	
4.4.1 Kombinasi Atribut dan Level yang Paling diminati Pada Toyota Agya.....	95
4.4.2 Kombinasi Atribut dan Level Berpengaruh Terhadap <i>Purchase Intention</i> Pada Toyota Agya.....	96
4.4.3 Atribut yang paling diprioritaskan untuk dikembangkan berdasarkan demografi oleh calon konsumen pada Toyota Agya.....	98

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan dan Kontribusi Penelitian	
5.1.1 Simpulan	100
5.1.2 Kontribusi Penelitian	
5.1.2.1 Bagi Pihak Akademisi.....	101
5.1.2.2 Bagi Pihak Pemasar	101
5.2 Kelemahan Penelitian, Saran dan Rekomendasi	
5.2.1 Kelemahan Penelitian	102
5.2.2 Saran dan Rekomendasi.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Statistik Penjualan Mobil Baru Tahun 2014 di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan LCGC Periode Januari-Juni 2014 di Indonesia	6
Tabel 3.1 Daftar Attribute & Level.....	37
Tabel 3.2 Daftar Indikator Variabel Atribut & Produk.....	38
Tabel 4.1 Spesifikasi & Performa Toyota Agya.....	51
Tabel 4.2 Data Penjualan Toyota Agya Tahun 2014.....	52
Tabel 4.3 Data Jenis Kelamin Responden Penelitian	53
Tabel 4.4 Data Rentang Usia Responden Penelitian	54
Tabel 4.5 Data Latar Belakang Pendidikan Responden Penelitian	55
Tabel 4.6 Data Tingkat Pendapatan Responden Penelitian	55
Tabel 4.7 Data Jenis Pekerjaan Responden Penelitian	56
Tabel 4.8 Data Jarak yang ditempuh Responden Penelitian.....	57
Tabel 4.9 Hasil Rata-rata Nilai Studi Penelitian.....	59
Tabel 4.10 Hasil Desain <i>Orthogonal Plan</i>	62
Tabel 4.11 Kategori Mean dari skor 1	63
Tabel 4.12 Stimuli Varian ke-11.....	64
Tabel 4.13 Stimuli Varian ke-10.....	64
Tabel 4.14 Stimuli Varian ke-13.....	65
Tabel 4.15 Stimuli Varian ke-6.....	65
Tabel 4.16 Stimuli Varian ke-1.....	66
Tabel 4.17 Stimuli Varian ke-16.....	66
Tabel 4.18 Stimuli Varian ke-7.....	67
Tabel 4.19 Stimuli Varian ke-9.....	67
Tabel 4.20 Stimuli Varian ke-5	68
Tabel 4.21 Stimuli Varian ke-3	68
Tabel 4.22 Stimuli Varian ke-11.....	69
Tabel 4.23 Stimuli Varian ke-14.....	60
Tabel 4.24 Stimuli Varian ke-8.....	70
Tabel 4.25 Stimuli Varian ke-2.....	70
Tabel 4.26 Stimuli Varian ke-4.....	71
Tabel 4.27 Stimuli Varian ke-16.....	71
Tabel 4.28 Data Hasil Penelitian	72
Tabel 4.29 <i>Utility Estimate</i>	74
Tabel 4.30 Hasil Penggabungan Varian.....	75
Tabel 4.31 <i>Importance Value</i>	75
Tabel 4.32 Besaran Pengaruh Variabel <i>Attribute & Level</i> pada <i>Purchase Intention</i>	76
Tabel 4.33 Hasil Pengujian Regresi Linier <i>Attribute & Level</i> pada <i>Purchase Intention</i>	78
Tabel 4.34 Stimuli Varian ke-14 Berpengaruh Terhadap Minat beli Toyota Agya	79
Tabel 4.35 Data Anggota Pembagian Cluster.....	80
Tabel 4.36 Data Jenis kelamin Responden Berdasarkan Pembagian Cluster	81

Tabel 4.37 Data Rentan Usia Responden Berdasarkan Pembagian Cluster	82
Tabel 4.38 Data Pendapatan Responden Berdasarkan Pembagian Cluster	83
Tabel 4.39 Data Jenis Pekerjaan Responden Berdasarkan Pembagian Cluster	85
Tabel 4.40 Data Jarak yang ditempuh Responden Berdasarkan Pembagian Cluster	87
Tabel 4.41 Data <i>Importance Value</i> Pada Cluster 1	89
Tabel 4.42 Data <i>Importance Value</i> Pada Cluster 2	90
Tabel 4.43 Data Penggabungan <i>Importance Value</i> Pada Cluster 1&2	91
Tabel 4.44 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 1	92
Tabel 4.45 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 2	93
Tabel 4.46 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis 3	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Data Penjualan Mobil 2009-2013	1
Gambar 1.2 Gambaran Umum Mobil LCGC	3
Gambar 2.1 Bagan Fase Pengembangan Produk	12
Gambar 2.4 Model Penelitian	30
Gambar 4.1 Gambaran Umum Toyota Agya.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran III Karakteristik Responden
- Lampiran IV Studi Pendahuluan dan Orthogonal Plan
- Lampiran V Hasil Conjoint Analysis
- Lampiran VI Hasil Regresi Linier
- Lampiran VII Hasil Cluster Analysis

