DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah 11

1.2.1. Identifikasi Masalah 11

1.2.2. Rumusan Masalah 12

1.3. Tujuan Penelitian 12

1.4. Manfaat Penelitian 13

1.4.1. Manfaat Teoritis 13

1.4.2. Manfaat Praktis 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 15

2.1. Kajian Pustaka 15

2.1.1 Teori Ilmu Manajemen (*Green Theory*) 15

2.1.1.1. Definisi Manajemen 15

2.1.1.2. Tujuan Manajemen 16
2.1.1.3. Fungsi-fungsi Manajemen 17
2.1.1.4. Prinsip Manajemen 18
2.1.1.5 Unsur-unsur Manajemen 18
2.1.1.6 Bidang-bidang Manajemen 20
2.1.2 Bidang Kajian Manajemen (*Middle Theory*) 21
2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran 21
2.1.2.2 Fungsi-fungsi Manajemen Pemasaran 22
2.1.2.3 Konsep Manajemen Pemasaran 23
2.1.2.4 Unsur-unsur Manajemen Pemasaran 24
2.1.2.5 Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)* 25
2.1.2.6 Perilaku Konsumen 28
2.1.3 Kajian Variabel Yang Diteliti (*Applied Theory*) 29
2.1.3.1 Definisi Desain Produk 29
2.1.3.2 Tujuan Desain Produk 30
2.1.3.3 Indikator Desain Produk 31
2.1.3.4 Definisi Keputusan Pembelian 33
2.1.3.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 34
2.1.3.6 Indikator Keputusan Pembelian 36
2.1.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan 38
2.2. Kerangka Pemikiran 43
2.3. Hipotesis Penelitian 46
BAB III METODE PENELITIAN 47
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan 47
3.2 Definisi Dan Operasional Variabel 48

3.2.1 Definisi Variabel 48
3.2.2 Operasionalisasi Variabel..... 48
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian..... 50
3.3.1 Populasi 50
3.3.2 Sampel..... 50
3.4 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data 51
3.4.1 Sumber Data..... 51
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 52
3.5 Teknik Analisis Data 53
3.5.1 Analisis Deskriptif 53
3.5.2 Analisis Verifikatif..... 57
3.6 Tempat Dan Waktu Penelitian 63
3.6.1 Tempat Penelitian..... 63
3.6.2 Waktu Penelitian 63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 64
4.1. Hasil Penelitian..... 64
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian 64
4.1.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan 64
4.1.1.2. Struktur Organisasi 65
4.1.1.3. Produk yang Ditawarkan oleh Perusahaan..... 68
4.1.2. Karakteristik Responden 68
4.1.3. Deskripsi Variabel Yang Diteliti..... 72
4.1.3.1. Hasil Penelitian Mengenai Desain Produk Pada Konsumen Dilla Putri Mebeul..... 73

4.1.3.2. Hasil Penelitian Mengenai Keputusan Pembelian Pada Konsumen Dilla Putri Mebeul 85
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis 96
4.2. Pembahasan 107
4.2.1. Pengaruh Desain Produk Pada Dilla Putri Mebeul 107
4.2.2. Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Dilla Putri Mebeul 109
4.2.3. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dilla Putri Mebeul 112
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 118
5.1. Simpulan 118
5.2. Saran 119
DAFTAR PUSTAKA 121
LAMPIRAN-LAMPIRAN 124
RIWAYAT HIDUP 147