

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAKSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Pembatasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	5
2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	6
2.1.2 Model Perilaku Konsumen	9
2.2 Sikap	11
2.3 Kaitan Sikap dengan Perilaku	11
2.4 Karakteristik Pembeli	16
2.4.1 Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	17

2.4.2	Pengertian Pembelian Produk	20
2.4.3	Jenis Pembelian	20
2.4.4	Type Situasi Pembelian	21
2.4.5	Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian	22
2.5	Kerangka Konsep	24
2.6	Hipotesis	26
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.3	Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4	Sumber Data	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	29
3.6	Metode Analisis Data	29
 BAB IV GAMBARAN UMUM RESPONDEN		
4.1	Usia Responden	35
4.2	Pendidikan Responden	36
4.3	Jenis Pekerjaan Responden	37
4.4	Tingkat Penghasilan Responden	37
 BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
5.1	Deskripsi Variabel	39
5.1.1	Atribut Harian Suara Merdeka.....	39
5.1.2	Sikap Konsumen	43
5.2	Pembahasan	44

5.2.1	Analisis Pengaruh Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk	44
5.2.2	Analisis Hubungan Jenis Kelamin, Pendidikan, Umur dan Penghasilan Dalam Mempengaruhi Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Atribut Harian Suara Merdeka	48

BAB VI PENUTUP

6.1	Kesimpulan	63
6.2	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Kontigensi	31
Tabel 4.1 Usia Responden Konsumen Harian Suara Merdeka Di Kotamadya Semarang Tahun 2001	35
Tabel 4.2 Pendidikan Responden Konsumen Harian Suara Merdeka Di Kotamadya Semarang	36
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden Konsumen Harian Suara Merdeka Di Kotamadya Semarang	37
Tabel 4.4 Tingkat Penghasilan Responden Konsumen Harian Suara Merdeka Di Kotamadya Semarang Tahun 2001	38
Tabel 5.1 Tanggapan Responden Tentang Atribut Melalui Kesesuaian Isi Berita Dengan Topik Yang Ada	39
Tabel 5.2 Tanggapan Responden Tentang Atribut Melalui Keakuratan Kualitas Berita	40
Tabel 5.3 Tanggapan Responden Tentang Atribut Melalui Ketepatan Pengiriman	41
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Tentang Atribut Melalui Kerapian Tulisan	42
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Tentang Sikap Konsumen Terhadap Atribut Harian Suara Merdeka	43
Tabel 5.6 Hasil Perhitungan Silang Antara Atribut Produk Dengan Sikap Konsumen	45
Tabel 5.7 Hasil Pendugaan Koefisien Parameter	47
Tabel 5.8 Hasil Perhitungan Silang Antara Jenis Kelamin Dengan Sikap Konsumen dan Atribut Produk	48
Tabel 5.9 Hasil Perhitungan Silang Antara Pendidikan Dengan Sikap Konsumen dan Atribut Produk	51
Tabel 5.10 Hasil Perhitungan Silang Antara Umur Dengan Sikap Konsumen dan Atribut Produk	55
Tabel 5.11 Hasil Perhitungan Silang Antara Penghasilan Dengan Sikap Konsumen	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Terinci Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.2 Hirarki Hubungan Sikap dan Perilaku	12
Gambar 2.3 Proses Perubahan Sikap	15
Gambar 2.4 Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.5 Kerangka Konsep Sikap Konsumen Terhadap Harian Suara Merdeka di Semarang	25

