

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1. Citra Produk	5
2.1.1. Kualitas Produk	5
2.1.2. Kemasan Produk	9
2.1.3. Wujud Produk	11
2.2. Tingkat Pembelian	12
2.2.1. Pengertian Pembelian	12
2.2.2. Pengukuran Pembelian	12
2.3. Pengertian Citra Produk terhadap Tingkat Pembelian Konsumen	13

2.4. Hipotesa	14
2.5. Kerangka Pemikiran	16
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1. Jenis Penelitian	17
3.2. Lokasi Penelitian.....	17
3.3. Populasi, Sampel dan Responden	17
3.4. Definisi Operasional	18
3.4.1. Kualitas Produk	19
3.4.2. Kemasan Produk.....	19
3.4.3. Wujud Produk.....	19
3.4.4. Tingkat Pembelian	19
3.5. Sumber Data.....	20
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	21
3.7. Metode Analisa Data	22
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	24
4.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	24
4.2. Struktur Organisasi Perusahaan	29
4.3. Proses Produksi	32
4.4. Pemasaran	33
BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	35
5.1. Identitas Responden	35
5.2. Tanggapan Responden	38
5.2.1. Tanggapan Responden pada Variabel Kualitas Produk (X_1).....	38
5.2.2. Tanggapan Responden pada Variabel Kemasan Produk (X_2).....	40
5.2.3. Tanggapan Responden pada Variabel Wujud Produk (X_3).....	42

5.2.4. Tanggapan Responden tentang Tingkat Pembelian (Y)	44
5.3. Analisa Kuantitatif	45
5.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
5.3.2. Tabulasi Silang (<i>Crosstabulation</i>) dengan menggunakan rumus X^2	47
BAB VI : PENUTUP	58
5.4. Kesimpulan	58
5.5. Saran-saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
5.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
5.2. Identitas Responden Berdasarkan Umur	36
5.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	36
5.4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
5.5. Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	38
5.6. Tanggapan Responden pada Khasiat Produk Yang Dihasilkan.....	39
5.7. Rasa Produk Jamu Sido Muncul Sesuai Dengan Selera Anda.....	39
5.8. Kemasan Produk Jamu Sido Muncul Menarik.....	40
5.9. Isi Kemasan Yang Dihasilkan Jamu Sido Muncul.....	41
5.10. Wujud Produk Jamu Sido Muncul Menarik.....	42
5.11. Bentuk Produk Jamu Sido Muncul Lebih Bagus Dibandingkan Dengan Produk Jamu Merck Lain.....	43
5.12. Kualitas, Kemasan Dan Wujud Produk Jamu Sido Muncul, Menimbulkan Minat Beli Anda Mcnjadi Bertambah	44
5.13. Anda Akan Membeli Produk Jamu Sido Muncul Setiap Kali Membutuhkannya	45
5.14. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	46
5.15. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemasan Produk	46
5.16. Pengujian Validitas dan Variabel Wujud Produk.....	47
5.17. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Tingkat Pembelian	47
5.18. Hubungan Khasiat Produk Yang Dihasilkan dengan Minat Beli Konsumen yang Bertambah.....	48
5.19. Hubungan Rasa produk Jamu Sido Muncul dengan Keseringan Membeli Jamu.....	50
5.20. Hubungan Kemasan Produk Jamu Sido Muncul dengan Minat Beli Konsumen yang Bertambah.....	51

5.21.Hubungan Isi Kemasan yang berkualitas dari Produk Jamu Sido Muncul dengan Keseringan Membeli Jamu	52
5.22.Hubungan Wujud Produk Jamu Sido Muncul dengan Minat Beli Konsumen yang Bertambah	54
5.23.Hubungan Bentuk Produk Jamu Sido Muncul yang Bagus Dibandingkan Merek Lain dengan Keseringan Membeli Jamu	55
5.24.Hubungan Variabel Citra Produk (X) terhadap Tingkat Pembelian (Y).....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Struktur Organissi Perusahaan Jamu PT. Sido Muncul Semarang	31
2. Proscs Produksi Perusahaan Jamu PT. Sido Muncul Semarang	33

