

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian.....	5
1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	6
1.6. Metode Penelitian	10
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran.....	12
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.3. Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.4. Pengertian Produk	15
2.5. Pengembangan Produk.....	16
2.5.1 Pengertian Pengembangan Produk	16
2.5.2 Tujuan Pengembangan Produk	17
2.5.3 Jenis-Jenis Pengembangan Produk	17
2.5.4 Proses Pengembangan Produk	18
2.5.5 Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Produk	22

2.5.6 Faktor-Faktor Pendukung Pengembangan Produk	23
2.5.7 Strategi Pengembangan Produk	23
2.6. Perilaku Konsumen.....	24
2.6.1 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
2.6.2 Proses Keputusan Pembelian	28
2.6.3 Jenis-Jenis Perilaku Pembelian	31
2.7. Minat Beli Konsumen	32
2.7.1 Tahap-Tahap Minat Beli Konsumen.....	34
2.8. Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	37

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	39
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	39
3.1.2 Struktur Organisasi	40
3.2. Metode Penelitian	42
3.2.1 Sumber Data	43
3.2.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.2.4 Operasional Variabel	45
3.2.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	53
4.1.1 Profil Responden.....	53
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.3. Tanggapan Responden Terhadap Pengembangan Produk Pada Vocuz Evolute.....	59
4.4. Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Konsumen Pada Vocuz Evolute.....	66

4.5. Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Vocuz Evolute	72
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

