

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN TERHADAP TEH GOPEK
DI SEMARANG PERPUSTAKAAN**

SUMMARY

No. INV.	2877 / s / em / c ₁
Th. Angg.	Cat :
PARAP	h~ TGL. 10/7 '06

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata**



D disusun Oleh :

**Nama : Christina Cendrawasih
NIM : 00.30.0055**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2006**

HALAMAN PENGESAHAN SUMMARY

Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP TEH
GOPEK DI SEMARANG

Disusun Oleh :

Nama : CRISTINA CENDRAWASIH
NIM : 00.30.055
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dewan penguji dalam sidang yang
diselenggarakan pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 2 Juni 2006

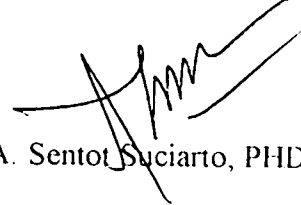
Semarang, 2 Juni 2006

Pembimbing



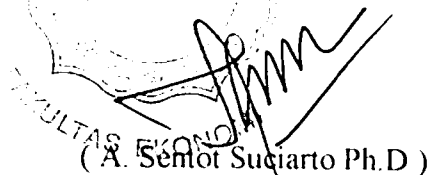
(Retno Yustini W., MSi)

Koordinator Penguji



(A. Sentot Suciarto, PHD.)

Dekan Fakultas Ekonomi



(A. Sentot Suciarto Ph.D)

DAFTAR ISI SUMMARY

HALAMAN JUDUL.....	i
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1. Pemasaran.....	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	7
2.2. Produk.....	8
2.2.1. Pengertian Produk.....	8
2.2.2. Penggolongan Produk.....	10
2.3. Harga.....	10
2.3.1. Pengertian Harga.....	10
2.3.2. Faktor-Faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga	
2.4. Promosi.....	14
2.4.1. Pengertian Promosi.....	14
2.4.2. Tujuan Promosi.....	15
2.5. Saluran Distribusi.....	16
2.5.1. Pengertian Saluran Distribusi.....	16
2.5.2. Tipe-Tipe Saluran Distribusi.....	17

2.6.	Keputusan Pembelian	
2.6.1.	Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.6.2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.7.	Kerangka Pikir	21
2.8.	Definisi Operasional	22
BAB III	: METODE PENELITIAN	
3.1.	Lokasi Penelitian	23
3.2.	Populasi	23
3.3.	Sampel	23
3.4.	Teknik Pengambilan Sampel	24
3.5.	Jenis dan Sumber Data	24
3.6.	Metode Pengumpulan Data	25
3.7.	Metode Analisis	29
BAB IV	: HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	31
4.2.	Hasil Kuesioner	33
4.3.	Analisis Faktor	39
BAB V	: PENUTUP	
5.1.	Kesimpulan	50
5.2.	Saran	50