

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS</b>	<b>(i)</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS</b>	<b>(ii)</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS</b>	<b>(iii)</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b>	<b>(iv)</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	<b>(v)</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>(vi)</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>(vii)</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>(viii)</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>(x)</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>(xiv)</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>(xvi)</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>(xvii)</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	13
1.3. Identifikasi Masalah.....	13
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1. Maksud Penelitian.....	13
2. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1. Manfaat Akademis.....	14
2. Manfaat Praktis.....	14
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka.....	16
2.1.1. Beberapa studi yang berkaitan dengan Pesan dalam Desain Kemasan, Ekuitas Merek dan Keputusan Pembelian.....	16

2.1.2. Kemasan.....	22
2.1.2.1. Struktur Kemasan.....	25
2.1.2.2. Warna Kemasan.....	25
2.1.2.3. Desain dan Bentuk Petunjuk Kemasan.....	29
2.1.2.4. Ukuran Kemasan.....	30
2.1.2.5. Material Fisik Kemasan.....	30
2.1.2.6. Informasi Produk Kemasan.....	31
2.1.2.7. Model View .....	33
2.1.3. Ekuitas Merek.....	35
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	39
2.1.4.1. Tipe Perilaku Pembelian Konsumen.....	40
2.1.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	44
2.1.4.3. Model-Model Perilaku Pembelian Konsumen.....	55
2.1.4.4. Respon Reaksi Terhadap Stimuli.....	57
2.2. Kerangka Pemikiran.....	63
2.3. Hipotesis Penelitian.....	64

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Tipe Penelitian.....	65
3.2. Metode Penelitian .....	65
3.3. Populasi dan Sampel.....	71
3.3.1. Populasi Penelitian.....	71
3.3.2. Sampel Penelitian.....	72
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.4.1. Data Primer.....	74
3.4.2. Data Sekunder.....	74
3.5. Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	75
3.5.1. Definisi Konsep.....	75
3.5.2. Operasionalisasi Konsep.....	75
3.6. Validitas dan Reliabilitas.....	78
3.6.1. Validitas Instrumentasi.....	79

3.6.2. Reliabilitas Instrumentasi.....	80
3.7. Teknik Analisis Data .....	81
3.7.1. Rancangan Analisa Data.....	83
3.7.2. Uji Hipotesis.....	86

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	87
4.2. Hasil Penelitian.....	93
4.2.1. Analisis Deskriptif.....	93
4.2.2. Identitas Responden.....	94
4.2.3. Daya Tarik Pesan Dalam Kemasan Permen Lotte Xylitol.....	99
4.2.3.1. <i>Visibility</i> .....	99
4.2.3.2. <i>Information</i> .....	103
4.2.3.3. <i>Emotional Appeal</i> .....	106
4.2.3.4. <i>Workability</i> .....	110
4.2.4. Ekuitas Merek.....	113
4.2.5. Keputusan Pembelian Konsumen.....	115
4.2.6. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	119
4.3. Pembahasan.....	135

#### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	142
5.2. Saran.....	146

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>149</b>
----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>153</b>
-------------------------------	------------

1. Kuesioner
2. Surat Ijin Penelitian
3. Jadwal Penelitian
4. Data Penelitian
5. Analisa Data Penelitian

6. Gambar Label Kemasan Permen Lotte Xylitol
7. Daftar Riwayat Hidup

