

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistemetika Penulisan	4
BAB II. GAMBARAN UMUM PRODUK DAN KONSUMEN	
2.1. Gambaran Umum Produk Rokok Marlboro Kretek Filter Mix 9	6
2.1.1. Karakteristik pengembangan produk rokok Marlboro Kretek Filter Mix 9	9
2.1.2. Atribut produk rokok Marlboro Kretek Filter Mix 9	11
2.1.3. Iklan dan promosi produk rokok Marlboro Kretek Filter Mix 9	14
2.2. Gambaran Umum Konsumen	15
2.2.1. Kondisi DKI Jakarta	16
2.2.1.1. Letak Geografis	16
2.2.1.2. Demografis Penduduk	17
2.2.1.3. Tingkat Kesejahteraan Penduduk	18
2.2.2. Gambaran konsumen produk rokok Marlboro Kretek Filter Mix 9	20

BAB III. LANDASAN TEORI

3.1. Pemasaran	21
3.1. Pengertian Pemasaran	21
3.2. Manajemen Pemasaran	23
3.3. Konsep Pemasaran	23
3.2. Perilaku Konsumen	25
3.3. Produk Baru	26
3.4. Proses Adopsi Konsumen	28
3.4.1. Tahapan dalam adopsi konsumen	30
3.4.2. Proses keputusan pengembangan produk baru	34
3.4.3. Proses penggunaan konsumen	37
3.4.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses adopsi konsumen	38
3.4.3.1. Kesiapan orang-orang untuk mencoba produk baru sangat berbeda	
3.4.3.2. Pengaruh pribadi lebih berperan dalam pengadopsian produk baru	41
3.4.3.3. Karakteristik produk	41
3.5. Objek dan Lingkup Penelitian	42
3.6. Metode penelitian	43
3.6.1. Jenis Penelitian	43
3.6.2. Jenis Data	43
3.6.3. Metode Pengumpulan Data	44
3.6.4. Populasi dan Sampling	44
3.6.4.1. Metode Pengambilan Sample	45
3.6.4.2. Instrumen Pengambilan Sample	44
3.7. Metode Analisa Data	46
3.7.1. Analisis Instrument Pengumpulan Data	48
3.7.1.1. Uji Validitas	48
3.7.1.2. Uji Reliabilitas	49
3.8. Analisis Regresi dan Korelasi	50
3.8.1. Skala Rentang Kendali	52

3.9. Kajian pada riset dan pengkajian teoritis sebelumnya	54
3.10. Rerangka Pemikiran	55
3.11. Definisi Operasional	56
3.12. Hipotesis	57

BAB IV. HASIL DAN ANALISIS

4.1. Analisis Karakteristik Responden.....	58
4.2. Pengujian Data	60
4.2.1. Analisis Instrumen Pengumpulan Data	60
4.2.1.1. Uji Validitas	60
4.2.1.2. Uji Reliabilitas	62
4.2.2. Analisis Regresi Berganda	62
4.2.2.1. Koefisien Korelasi Berganda (Multiple R)	63
4.2.2.2. Koefisien Determinasi (Uji R^2)	63
4.2.2.3. Uji t	63
4.2.2.4. Uji F	64
4.2.3. Analisis Rentang Skala	65

BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan	68
5.2. Rekomendasi	69

DAFTAR PUSTAKA	i
-----------------------------	---

LAMPIRAN	
-----------------------	--

RIWAYAT HIDUP	
----------------------------	--