

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Pandangan Umum	1
1.2. Penjelasan Judul	2
1.3. Alasan Pemilihan Judul	4
1.4. Tujuan Penyusunan Skripsi	4
1.5. Manfaat Penyusunan Skripsi	5
1.6. Sistematika Skripsi	5
1.7. Metodologi Penelitian	7
1.7.2. Hipotesa Kerja	8
1.7.3. Scope Analisa	8
1.7.4. Prosedur Pengumpulan dan Peng- olahan Data	9
BAB II. LANDASAN TEORI	11
2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2. Pengertian Konsep Pemasaran	12
2.3. Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.4. Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14

2.4.1. Faktor - faktor Internal Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.4.2. Faktor - faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	22
2.5. Proses Keputusan Membeli	26
2.6. Peranan Membeli	29
2.8. Analisa Ketergantungan Antar Faktor...	31
2.9. Likert Scale	34
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	35
3.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	35
3.2. Lokasi Perusahaan	40
3.3. Tujuan Perusahaan	42
3.4. Struktur Organisasi Perusahaan	43
3.5. Peranan PT. Unilever Indonesia dalam Masyarakat	46
3.6. Kebijakan Produk	46
3.7. Kebijakan Harga	47
3.8. Kebijakan Saluran Distribusi	48
3.9. Kebijakan Promosi	49
3.10. Kondisi Persaingan	50
BAB IV. ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Analisa Pendapat Responden	53
4.2. Analisa Ketergantungan Antar Faktor ..	77

BAB	V. KESIMPULAN DAN SARAN	100
	5.1. Kesimpulan	100
	5.2. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
2.1. Contingency Table	32
4.1. Tanggapan Responden Mengenai Shampoo Brisk Memiliki Manfaat Ganda	63
4.2. Tanggapan Responden Mengenai Shampoo Brisk Praktis Karena 2 in 1	64
4.3. Tanggapan Responden Mengenai Dengan Memakai Shampoo Brisk, Akan Makin Percaya Diri	65
4.4. Tanggapan Responden Mengenai Dengan Memakai Shampoo Brisk, Rambutnya Menjadi Sehat dan Mudah Diatur	66
4.5. Tanggapan Responden Mengenai Shampoo Brisk Cocok Dengan Rambut Responden	67
4.6. Tanggapan Responden Mengenai Shampoo Brisk Mengandung Busa Yang Cukup Banyak	68
4.7. Tanggapan Responden Mengenai Shampoo Brisk Memiliki Aroma Yang Harum Dan Lembut	69
4.8. Tanggapan Responden Mengenai Design Kemasan Shampoo Brisk Menarik	70
4.9. Tanggapan Responden Mengenai Promosi dan Iklan Shampoo Brisk Menarik	71
4.10. Tanggapan Responden Mengenai Harga Shampoo Brisk Sesuai Dengan Kualitas	72

4.11. Tanggapan Responden Mengenai Shampoo Brisk Mudah Didapat	73
4.12. Tanggapan Responden Mengenai Shampoo Brisk Jenisnya Cukup Banyak	74
4.13. Tanggapan Responden Mengenai Sebaiknya Shampoo Brisk Ditambah Dengan Ukuran Jumbo.	75
4.14. Rata - rata Tanggapan Responden Mengenai Shampoo Brisk	76
4.15. Analisa Ketergantungan Antara Usia Dengan Jenis Shampoo Brisk Yang Dibeli	78
4.16. Analisa Ketergantungan Antara Usia Dengan Tempat Pembelian	79
4.17. Analisa Ketergantungan Antara Usia Dengan Tujuan Membeli Dan Menggunakan Shampoo Brisk	81
4.18. Analisa Ketergantungan Antara Usia Dengan Faktor Utama Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Pembelian Shampoo Brisk	82
4.19. Analisa Ketergantungan Antara Usia Dengan Frekuensi Penggunaan	84
4.20. Analisa Ketergantungan Antara Usia Dengan Keputusan Konsumen Bila Shampoo Brisknya habis	85
4.21. Analisa Ketergantungan Antara Status Dengan Jenis Kemasan Shampoo Brisk Yang dibeli	87
4.22. Analisa Ketergantungan Antara Status Dengan Tujuan Membeli Dan Menggunakan Shampoo Brisk	88

4.23.	Analisa Ketergantungan Antara Status Dengan Orang Yang Mempengaruhi Untuk Membeli Shampoo Brisk	89
4.24.	Analisa Ketergantungan Antara Pekerjaan Dengan Faktor Utama Yang Mempengaruhi Untuk Membeli	90
4.25.	Analisa Ketergantungan Antara Pekerjaan Dengan Orang Yang Mempengaruhi Untuk Membeli Shampoo Brisk	92
4.26.	Analisa Ketergantungan Antara Pekerjaan Frekuensi Penggunaan Shampoo Brisk	93
4.27.	Analisa Ketergantungan Antara Jumlah Pengeluaran Dalam Sebulan Dengan Jenis Kemasan Shampoo Brisk Yang Dibeli Konsumen..	94
4.28.	Analisa Ketergantungan Antara Jumlah Pengeluaran Dalam Sebulan Dengan Darimana Tahu Shampoo Brisk Pertama Kali	96
4.29.	Analisa Ketergantungan Antara Jumlah Pengeluaran Dalam Sebulan Dengan Tujuan Membeli Shampoo Brisk	97
4.30.	Analisa Ketergantungan Antara Jumlah Pengeluaran Dalam Sebulan Dengan Faktor Utama Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Pembelian Shampoo Brisk	99

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
3.1. Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia..	45
3.2. Saluran Distribusi PT. Unilever Indonesia ..	48