

ABSTRAK

Jimmy Hasiholan Saragih 2009, “PENGARUH PERGANTIAN LOGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLI PERTAMINA”.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis membuktikan adanya pengaruh dari Pengaruh Pergantian Logo Pertamina terhadap Keputusan Konsumen dalam pembelian oli Pertamina. Hal ini dapat dilihat dari analisis dengan menggunakan koefisien determinasi bahwa variabel X (Pengaruh Pergantian Logo Pertamina) memberikan pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Konsumen dalam pembelian oli Pertamina) sebesar 20,6 % sedangkan sisanya sebesar 79,4 % dipengaruhi oleh faktor lain yang diabaikan penulis.

Kata kunci : Pergantian Logo terhadap keputusan pembelian

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Efektivitas Rekomendasi Internal Audit.....	5
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	5
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	6
2.2 Pengertian Produk.....	7
2.3 Klasifikasi Produk.....	9
2.4 Pengertian Merek.....	11
2.4.1 Membangun Identitas Merek	12
2.5 Pengertian Logo.....	13
2.5.1 Sejarah Singkat Logo.....	13

2.5.2	elemen Pembentukan Logo.....	17
2.5.3	Manfaat Logo.....	28
2.6	Konsep Monobrand.....	29
2.7	Perilaku Konsumen.....	30
2.7.1	Perilaku Pembelian Konsumen.....	30
2.7.2	Keputusan Pembelian.....	32
2.7.3	Proses Pengambilan keputusan	33
2.7.4	Membangun Loyalitas Absolut Konsumen.....	35
2.7.5	Kerangka Pemikiran Penelitian dan Hipotesis.....	35
2.7.6	Paradigma Penelitian.....	38
2.7.7	Hipotesis.....	38
2.7.8	Lokasi dan Penelitian.....	39

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	40
3.2	METODE PENELITIAN.....	40
3.2.1	Definisi Variabel.....	40
3.2.2	Operasional Variabel Penelitian.....	40
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.2.3.1	Teknik Dan Skala Pengukuran Data.....	44
3.2.3.2	Ukuran sampel Dan Teknik sampling.....	45
3.2.3.4	Uji Reabilitas Instrumen	47
3.2.3.4	Uji Validitas.....	47
3.2.4	Metode Analisa.....	48

3.2.4.1	Analisis Regresi.....	48
3.2.4.2	Analisi Korelasi.....	49
3.2.5	Rancangan Pengujian Hipotesis.....	50
3.2.5.1	Pengujian Hipotesis Mayor.....	50
3.2.6	Analisis Koefisien Determinasi.....	51

BAB IV Gambaran Umum Perusahaan

4.1	Sejarah Singkat PT.PERTAMINA (PERSERO).....	53
4.2	Visi,Misi,Motto,dan Tata Nilai PT.PETAMINA (PERSERO) Unit Pemasaran.....	58
4.3	Tujuan Dan Tugas Pokok PT.PERTAMINA (PERSERO).....	60
4.3.1	Tujuan PT.PERTAMINA (PERSERO).....	60
4.3.2	Tugas Pokok PT.PERTAMINA (PERSERO).....	61
4.3.3	Struktur Organisasi PT.PERTAMINA (PERSERO) UMPS III Cabang Bandung.....	62
4.3.4	Deskripsi Jabatan PT.PERTAMINA (PERSERO) UMPS III Cabang Bandung.....	62
4.4	Aspek Kegiatan PT.PERTAMINA (PERSERO) UMPS III Cabang Bandung.....	65
4.5	Karakteristik responden.....	66
4.5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	67
5.1	Tanggapan Responden Tentang Pergantian Logo Pertamina.....	72

5.2	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian Oli Pertamina.....	77
5.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	79
5.4	Analisis Korelasi.....	84
5.5	Pengujian Hipotesis.....	89
5.6	Analisis Koefisien Determinasi.....	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.6	Kesimpulan.....	92
5.7	Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN