

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
PERNYATAAN BUKAN HASIL PLAGIARISME	v
RINGKASAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
BIOGRAFI PENULIS	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. <i>Frozen Food</i>	7
2.1.2. Suki	8
2.1.3. Keakraban Produk	9
2.1.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kearaban Produk	10
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	11
2.2. Penelitian Terdahulu.....	14
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	17

2.4. Hipotesis.....	19
III. METODE PENELITIAN	20
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.2. Populasi dan Sampel	20
3.3. Metode Pengumpulan Data	21
3.4. Pengumpulan Data.....	21
3.5. Analisis Data	23
3.5.1. Analisis Deskriptif	23
3.5.2. Analisis SEM-PLS	27
3.6. Definisi Operasional.....	32
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.1.1 Momqil <i>Frozen Food</i>	35
4.1.2 K2 <i>Frozen Food</i>	36
4.1.3 May <i>Frozen Food</i>	37
4.2 Sumberdaya Perusahaan	38
4.2.1 Sumberdayan lahan dan bangunan.....	39
4.2.2 Sumberdaya Peralatan	40
4.2.3 Sumberdaya Manusia.....	42
4.3 Struktur Organisasi Momqil, K2, dan May <i>frozen food</i>	42
4.3.1 Stuktur Organisasi Momqil <i>Frozen Food</i>	42
4.3.2 Struktur Organisasi K2 <i>Frozen Food</i>	44
4.3.3 Stuktur Organisasi May <i>Frozen Food</i>	45
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
5.1 Karakteristik Responden	46
5.1.1 Jenis Kelamin	46
5.1.2 Usia	48
5.1.3 Pendidikan	49
5.1.4 Pekerjaan	50
5.2 Deskripsi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keakraban Produk	51
5.2.1 Pengetahuan Produk	51
5.2.2 Kemasan	53

5.2.3 Lingkungan Sosial.....	56
5.2 Deskripsi Keakraban Produk Terhadap Pembelian Suki.....	60
5.3.1 Tingkat Komsumsi Produk	60
5.3.2 Kesukaan Terhadap Produk	61
5.3 Deskripsi Keputusan Pembelian Produk Suki.....	63
5.4.1 Pengenalan Kebutuhan	63
5.4.2 Evaluasi Alternatif.....	64
5.4.3 Keputusan Pembelian	65
5.4.4 Evaluasi Keputusan Pembelian.....	66
5.4 Pengaruh Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Keakraban Produk dan Pengaruh Keakraban produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
5.4.1 Uji <i>Outer Inner Model</i>	70
5.4.2 Uji Model Sturuktural atau <i>Inner Model</i>	74
5.4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	76
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	80
6.1 Kesimpulan	80
6.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	88