

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.5.1 Maksud Penelitian.....	12
1.5.2 Tujuan Penelitian	12
1.6 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6.1 Kegunaan Teoritis	13
1.6.2 KegunaanPraktis	13
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian	13
1.7.1 Tempat Penelitian.....	13
1.7.2 Waktu Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15

2.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.3	Pengertian Bauran Pemasaran.....	17
2.1.4	Pengertian produk	20
2.1.4.1	Atribut produk.....	20
2.1.4.2	Klasifikasi Produk.....	21
2.1.4.3	Kualitas Produk.....	24
2.1.4.5	Dimensi Kualitas Produk	25
2.1.5	Pengertian Promosi	26
2.1.5.1	Bauran Promosi.....	27
2.1.5.2	Dimensi Promosi.....	30
2.1.5.3	Tujuan Promosi	30
2.1.6	Pengertian Perilaku Konsumen.....	32
2.1.6.1	Metode Perilaku Konsumen.....	32
2.1.6.2	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	34
2.1.6.2	Pengertian Keputusan Pembelian.....	37
2.1.6.3	Dimensi Keputusan Pembelian	39
2.2	Penelitian Terdahulu.....	41
2.3	Kerangka Penelitian, Paradigma dan Hipotesis	43
2.3.1	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.3.2	Hubungan promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.3.3	Kerangka Penelitian dan Paradigma	44
2.4	Hipotesis	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	47
3.1.1	Objek Penelitian	47

3.1.2	Subjek Penelitian.....	47
3.1.3.	Metode Yang Digunakan	47
3.2	Desain Penelitian	48
3.3	Operasional Variabel	49
3.4	Populasi dan Sampel	53
3.4.1	Populasi.....	53
3.4.2	Sampel.....	53
3.4.3	Prosedur Pengambilan Data	54
3.5	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	55
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.2	Instrumen Penelitian.....	57
3.6	Teknik Analisis Data	58
3.6.1	Uji Validitas	59
3.6.2	Uji Reliabilitas	60
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.6.4	Analisis Regresi Berganda	63
3.6.5	Uji Korelasi	64
3.6.6.	Koefisien Determinasi (Kd).....	64
3.7	Uji Hipotesis.....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		69
4.1	Hasil Penelitian.....	69
4.1.1	Gambaran Umum Responden	69
4.1.2	Gambaran Variabel Penelitian	71
4.1.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk ..	71
4.1.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi.....	74

4.1.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian 77	
4.1.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument	80
4.1.3.1	Hasil Pengujian Validitas.....	80
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	81
4.1.5	Analisa Regresi Linier Berganda	84
4.1.6	Uji Korelasi.....	86
4.1.7	Koefisien Determinasi.....	87
4.1.8	Uji Hipotesis Penelitian	89
4.1.8.1	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	90
4.1.8.2	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	89
4.1.9	Pembahasan Analisis Deskriptif	92
4.1.9.1	Kualitas Produk Pada TAGAR Pasirkaliki Bandung	92
4.1.9.2	Promosi Pada TAGAR Pasirkaliki Bandung.....	92
4.1.9.3	Keputusan Pembelian Pada TAGAR Pasirkaliki Bandung	93
4.2	Pembahasan Analisis Verifikatif	93
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian TAGAR Pasirkaliki Bandung.....	93
4.2.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian TAGAR Pasirkaliki Bandung.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN		103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2018.....	2
Tabel 1. 2 DATA PENJUALAN TAGAR	4
Tabel 1. 3 Hasil Kuesioner Pra Survey Kualitas Produk	8
Tabel 1. 4 Hasil Kuesioner Pra Survey Keputusan Pembelian.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3. 1 Desain Penelitian	49
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	50
Tabel 3. 3 Pembobotan Nilai Kuesioner.....	56
Tabel 3. 4 Kategori Skala	57
Tabel 3. 5 Interpretasi Korelasi	64
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	70
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	71
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan pengeluaran per Bulan ..	71
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	72
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi.....	74
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	77
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X1,X2 dan Y.....	80
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	82
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4. 12 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	84
Tabel 4. 13 Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Korelasi	86
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi	87
Tabel 4. 16 Besarnya Pengaruh X1 dan X2 terhadap Y.....	88
Tabel 4. 17 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	90
Tabel 4. 18 Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kualitas Produk	5
Gambar 1. 2 Promosi	7
Gambar 1. 3 Keputusan Pembelian.....	9
Gambar 2. 1 Rincian bauran pemasaran.....	19
Gambar 2. 2 Model Perilaku Konsumen	33
Gambar 2. 3 Lima - Tahap Model Proses Pembelian Konsumen	38
Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian	44
Gambar 2. 5 Paradigma Penelitian	45
Gambar 3. 1 Daerah Penolakan H_0 dengan Uji Pihak kanan	68
Gambar 3. 2 Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 dengan Uji F	67
Gambar 4. 1 Kurva Uji t Variabel X1.....	91
Gambar 4. 2 Kurva Uji t Variabel X2.....	92