

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                                   | i       |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                            | ii      |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....                       | iii     |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                | v       |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                              | ix      |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                             | xi      |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                           | xii     |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN</b>                           |         |
| 1.1 Latar Belakang .....                               | 1       |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                         | 6       |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                            | 7       |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                           | 7       |
| <br><b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                     |         |
| 2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran ..... | 9       |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran .....                       | 9       |
| 2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....             | 10      |
| 2.2. Pengertian Bauran Pemasaran.....                  | 11      |
| 2.2.1 Tingkatan Produk .....                           | 15      |
| 2.2.2 Karakteristik Produk .....                       | 16      |
| 2.2.3 Klasifikasi Produk.....                          | 17      |
| 2.3 Bauran Produk.....                                 | 19      |
| 2.4 Pengertian Kualitas .....                          | 21      |
| 2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....                  | 22      |
| 2.4.2 Indikator Kualitas Produk .....                  | 23      |
| 2.5 Pengertian Harga.....                              | 24      |

|  |    |
|--|----|
| 2.5.1 Bauran Harga .....                 | 25 |
| 2.5.2 Penetapan Harga.....               | 26 |
| 2.5.3 Tujuan Penetapan Harga .....       | 31 |
| 2.5.4 Strategi Penetapan Harga .....     | 33 |
| 2.5.5 Indikator Harga .....              | 36 |
| 2.5.6 Metode Penetapan Harga .....       | 37 |
| 2.6 Pengambilan Keputusan Pembelian..... | 40 |
| 2.6.1 Keputusan.....                     | 40 |
| 2.6.2 Keputusan Pembelian.....           | 40 |
| 2.6.3 Proses Pengambilan Keputusan ..... | 42 |
| 2.7 Penelitian Terdahulu .....           | 49 |
| 2.8 Kerangka Pemikiran.....              | 51 |
| 2.9 Hipotesis .....                      | 52 |

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Objek Penelitian .....                          | 56 |
| 3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....              | 56 |
| 3.1.2 Visi dan Misi Green Cake & Cofee Bandung..... | 58 |
| 3.1.3 Aktivitas Usaha Green Cake & Cofee .....      | 58 |
| 3.1.4 Struktur Organisasi dan Uraian Tugasnya ..... | 59 |
| 3.2 Metode Penelitian.....                          | 62 |
| 3.2.1 Metode yang digunakan .....                   | 62 |
| 3.2.2 Operasional Variabel.....                     | 63 |
| 3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....                   | 65 |
| 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....                  | 65 |
| 3.2.5 Teknik Penarikan Sampel .....                 | 66 |
| 3.2.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....           | 68 |
| 3.2.6.1 Pengujian Validitas.....                    | 68 |
| 3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas.....                 | 70 |
| 3.2.7 Teknik Analisis Data.....                     | 71 |
| 3.2.7.1 Uji Asumsi Klasik .....                     | 71 |

|   |    |
|---|----|
| 3.2.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 73 |
| 3.2.7.3 Analisis Koefisien Korelasi.....      | 74 |
| 3.2.7.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 75 |
| 3.2.8 Teknik Pengujian Hipotesis .....        | 76 |
| 3.2.8.1 Uji Simultan (Uji F) .....            | 76 |
| 3.2.8.2 Uji Parsial (Uji t) .....             | 79 |

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|  |     |
|--|-----|
| 4.1 Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Green Cake & Coffee Bandung Secara Simultan..... | 81  |
| 4.1.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner .....  | 81  |
| 4.1.2 Data Demografi Konsumen.....   | 82  |
| 4.1.3 Pengujian Data .....   | 86  |
| 4.1.3.1 Analisis Pengujian Validitas .....   | 86  |
| 4.1.3.2 Pengujian Reliabilitas .....   | 90  |
| 4.1.4 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....   | 92  |
| 4.1.4.1 Persepsi Responden Mengenai Kualitas Produk .....  | 93  |
| 4.1.4.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Penetapan Harga .....   | 95  |
| 4.1.4.3 Persepsi Responden mengenai Keputusan pembelian (Variabel Y).....  | 96  |
| 4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....   | 98  |
| 4.1.5.1 Uji Normalitas.....  | 98  |
| 4.1.5.2 Multikolinearitas .....  | 100 |
| 4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....   | 101 |
| 4.1.5.4 Autokorelasi .....   | 102 |
| 4.1.6 Analisis Data .....  | 103 |
| 4.1.6.1 Analisis Regresi Berganda ( <i>Linear Multiple Regression</i> ).....   | 103 |

|  |     |
|--|-----|
| 4.1.6.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda .....   | 104 |
| 4.1.6.3 Koefisien Determinasi.....   | 105 |
| 4.1.7 Pengujian Hipotesis.....   | 105 |
| 4.2 Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Green Cake &Coffee Bandung Secara Parsial..... | 107 |
| 4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Green Cake &Coffee Bandung .....                                 | 107 |
| 4.2.2 Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Green Cake &Coffee Bandung .....                                 | 111 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 116 |
| 5.2 Saran.....       | 118 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**