

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
ABSTRAK.....	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pemasaran.....	13
2.1.1 Fungsi Pemasaran	13
2.1.2 Konsep Inti Pemasaran	14
2.2 Manajemen Pemasaran	14
2.2.1 Bauran Pemasaran	15
2.2.2 Faktor-Faktor Dalam Bauran Pemasaran.....	15
2.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.4 Kualitas Produk	16
2.4.1 Faktor Faktor Kualitas Produk.....	17
2.4.2 Indikator Kualitas Produk.....	17
2.5 Keputusan Pembelian	18
2.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.6 Penelitian Sebelumnya, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian	20
2.6.1 Penelitian Sebelumnya.....	20
2.6.2 Kerangka Pemikiran	25
2.6.3 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian Objek	28
3.2.1 Objek	28
3.2.2 Unit Analisis	28

3.2.3	Lokasi Penelitian	28
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	29
3.3.1	Jenis Data.....	29
3.3.2	Sumber Data Penelitian	29
3.4	Operasional variabel	29
3.5	Metode Penarikan Sample	31
3.5.1	Populasi	31
3.5.2	Sample	31
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7	Metode Pengumpulan / Analisis Data	33
3.7.1	Uji Validitas.....	33
3.7.2	Uji Reabilitas	33
3.7.3	Teknik Analisis Data	34
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.7.5	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	35
3.7.6	Pengujian Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	37
4.1.1	Sejarah Umum Cleo.....	37
4.2	Uji Instrumen.....	38
4.2.1	Uji Validitas Kuesioner	38
4.2.2	Uji Reliabilitas	39
4.3	Deskripsi Karakteristik Responden	40
4.3.1	Karakteristik Usia Responden	40
4.3.2	Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	41
4.3.3	Karakteristik Pekerjaan Responden	41
4.3.4	Lokasi Domisili Responden.....	41
4.4	Statistik Deskriptif.....	42
4.4.1	Variabel Kualitas Produk.....	42
4.4.2	Variabel Keputusan Pembelian.....	63
4.5	Analisis Data.....	72
4.5.1	Uji Asumsi Klasik	73
4.5.2	Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	SIMPULAN.....	80
5.2	Saran	80
Daftar Pustaka		82
Daftar Riwayat Hidup.....		85
Lampiran.....		86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan AMDK Cleo Warung Hade	5
Tabel 1. 2 Prasurvei Keputusan Pembelian AMDK Cleo	8
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	20
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel	29
Tabel 3. 2 Skala Penilaian Kuesioner	33
Tabel 3. 3 Kriteria Penilaian	34
Tabel 4. 1 Hasil Pengujian Validitas Kuesioner	38
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	39
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	40
Tabel 4. 4 Frekuensi Karakteristik Usia Responden	40
Tabel 4. 5 Frekuensi Karakteristik Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4. 6 Frekuensi Karakteristik Pekerjaan Responden	41
Tabel 4. 7 Frekuensi Karakteristik Domisili Responden	41
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Indikator Performance (Kinerja)	42
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Performance (Kinerja)	43
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Indikator Features (Fitur)	44
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Indikator Features (Fitur)	46
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Indikator Realibility (Keandalan)	47
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Indikator Realibility (Keandalan)	48
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Indikator <i>Confernance To Spesification</i>	49
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Indikator Confernance To Spesification	50
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Indikator Durability (Daya Tahan)	52
Tabel 4. 17 Distribusi Frekuensi Indikator Durability (Daya Tahan)	53
Tabel 4. 18 Distribusi Frekuensi Indikator Serviceability (Kemampuan melayani)	54
Tabel 4. 19 Distribusi Frekuensi Indikator Serviceability (Kemampuan melayani)	55
Tabel 4. 20 Distribusi Frekuensi Indikator Esthetic (Estetika)	56
Tabel 4. 21 Distribusi Frekuensi Indikator Esthetic (Estetika)	58
Tabel 4. 22 Distribusi Frekuensi Indikator Perceived Quality (Kualitas Yang Dipersepsikan)	59
Tabel 4. 23 Distribusi Frekuensi Indikator Perceived Quality (Kualitas Yang Dipersepsikan)	60
Tabel 4. 24 Rekapitulasi Deskriptif Variabel Kualitas Produk	61
Tabel 4. 25 Distribusi Frekuensi Kemantapan sebuah produk	63
Tabel 4. 26 Distribusi Frekuensi Kemantapan Sebuah Produk	64
Tabel 4. 27 Distribusi Frekuensi Kebiasaan Dalam Membeli Produk	65
Tabel 4. 28 Distribusi Frekuensi Kebiasaan Dalam Membeli Produk	66
Tabel 4. 29 Distribusi Frekuensi Indikator Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain	68
Tabel 4. 30 Distribusi Frekuensi Indikator Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain	69
Tabel 4. 31 Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	71
Tabel 4. 32 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	73
Tabel 4. 33 Hasil Uji Linearitas	74
Tabel 4. 34 Hasil Regresi Linier Sederhana	74
Tabel 4. 35 <i>Model Summary</i>	75
Tabel 4. 36 Hasil Uji T	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Air Minum Tangga Tahun 2021	1
Gambar 1. 2 Ukuran Air Minum Dalam Kemasan Cleo	3
Gambar 1. 3 Lokasi Agen Cleo Warung Hade	3
Gambar 1. 4 Market Share AMDK Bermerek Indonesia	4
Gambar 1. 5 Merek AMDK Paling Disukai Di Indonesia 2022.....	4
Gambar 1. 6 Jumlah Pengguna Air Minum Tangga Tahun 2021	5
Gambar 1. 7 Grafik Penjualan AMDK Cleo Tahun Warung Hade	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	27