

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN     HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Ilmu Manajemen .....	12
2.1.1.1 Pengertian Ilmu Manajemen.....	12
2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen .....	13

2.1.1.3 Tingkatan Manajemen .....	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran .....	15
2.1.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran.....	17
2.1.2.4 Fungsi Pemasaran .....	18
2.1.2.5 Ruang Lingkup Pemasaran .....	18
2.1.2.6 Strategi Pemasaran.....	19
2.1.3 Kualitas Produk .....	20
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....	20
2.1.3.2 Persepektif Kualitas Produk.....	21
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	22
2.1.4 Harga .....	23
2.1.4.1 Pengertian Harga.....	23
2.1.4.2 Fungsi Harga.....	24
2.1.4.3 Tujuan Harga .....	24
2.1.4.4 Indikator Harga .....	25
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	26
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	26
2.1.5.2 Dimensi Keputusan Pembelian .....	27
2.1.5.3 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian .....	27
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	30

2.2 Kerangka Pemikiran.....	34
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.3 Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Metode Penelitian yang digunakan .....	40
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	41
3.2.1 Definisi Variabel.....	41
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	43
3.3 Populasi dan Sampel .....	44
3.3.1 Populasi .....	44
3.3.2 Sampel.....	44
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.4.1 Sumber Data.....	45
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	48
3.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	49
3.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
3.5.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	55
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	59
3.6.1 Tempat Penelitian.....	59

3.6.2 Waktu Penelitian .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1.1 Profil Toserba Gunasalma Kawali.....	71
4.1.1.2 Visi, Misi dan Moto Toserba Gunasalma Kawali .....	71
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan Toserba Gunasalma Kawali .....	62
4.1.2 Karakteristik Responden.....	66
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	70
4.1.3.1 Hasil Penelitian Tentang Kualitas Produk Minyak Goreng Bimoli di Toserba Gunasalma Kawali .....	71
4.1.3.2 Hasil Penelitian Tentang Harga Minyak Goreng Bimoli di Toserba Gunasalma Kawali .	82
4.1.3.3 Hasil Penelitian Tentang Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli di Toserba Gunasalma Kawali .....	92
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	104
4.1.4.1 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli pada Toserba Gunasalma Kawali .....	104
4.1.4.2 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli pada Toserba Gunasalma Kawali .....	109
4.1.4.3 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli pada Toserba Gunasalma Kawali .....	115

4.2 Pembahasan .....	124
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Minyak Goreng Bimoli pada Toserba Gunasalma Kawali .....	124
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian Minyak Goreng Bimoli pada Toserba Gunasalma Kawali .....	126
4.2.3 Pengaruh Kualitas produk dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Minyak Goreng Bimoli pada Toserba Gunasalma Kawali.....	128
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>132</b>
5.1 Simpulan .....	132
5.2 Saran.....	132
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>134</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>137</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI) dalam Industri Minyak Goreng Sawit Kemasan Bermerek di Indonesia Tahun 2020.....	4
Tabel 1.2 Pra Survey Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli di Toserba Gunasalma Kawali.....	5
Tabel 1.3 Presurvey Tentang Kualitas Produk Minyak Goreng Bimoli .....	6
Tabel 1.4 Presurvey Tentang Harga Produk Minyak Goreng Bimoli.....	8
Tabel 2.1 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	43
Tabel 3.2 Skor Skala <i>Likert</i> .....	48
Tabel 3.3 Pedoman untuk memberikan Interpretasi dari Koefisien Korelasi .....	50
Tabel 3.4 Pedoman untuk memberikan Interpretasi dari Koefisien Korelasi .....	53
Tabel 3.5 Pedoman untuk memberikan Interpretasi dari Koefisien Korelasi .....	56
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	59
Tabel 4.1 Krteria Penafsiran Kondisi Varibel Penelitian.....	70
Tabel 4.2 Minyak Goreng Bimoli Memiliki Kemasan yang Tahan Lama dan Mencegah Terpaparnya Minyak Terhadap Cahaya dan Udara .....	71
Tabel 4.3 Minyak Goreng Bimoli Memiliki Kemasan yang Berbeda dengan Produk Sejenis .....	72
Tabel 4.4 Minyak goreng Bimoli memiliki keunggulan dari komposisi yang sehat dan rendah lemak .....	72
Tabel 4.5 Minyak goreng Bimoli dapat diandalkan dalam penggunaan sehari-hari .....	73
Tabel 4.6 Minyak Goreng Bimoli Memiliki Kemasan yang Praktis Sehingga Mudah Disimpan dan Digunakan .....	74
Tabel 4.7 Minyak Goreng Bimoli Memiliki Ketahan yang Baik Terhadap Oksidasi Sehingga Tidak Mudah Tengik .....	75

Tabel 4.8 Minyak Goreng Bimoli Memiliki Ketahanan Penggunaan dalam Jangka Panjang .....	76
Tabel 4.9 Konsumen Dapat Dengan Mudah Menemukan Informasi Tentang Produk, Termasuk Komposisi Nutrisi, Tanggal Kedaluwarsa dan Petunjuk Penyimpanan .....	77
Tabel 4.10Minyak Goreng Bimoli Memiliki Desain Kemasan yang Menarik.....	78
Tabel 4.11Minyak Goreng Bimoli Memiliki Kemampuan Tetap Stabil Saat digunakan Untuk Menggoreng pada Suhu Tinggi.....	79
Tabel 4.12Rekapitulasi Hasil Jawaban Tentang Kualitas Produk .....	80
Tabel 4.13Penentuan Interval .....	81
Tabel 4.14Harga Minyak Goreng Bimoli Terjangkau Sehingga Dapat Dibeli Oleh Berbagai Kalangan Masyarakat .....	82
Tabel 4.15Harga Minyak Goreng Bimoli Sesuai Dengan Keuangan Yang Dimiliki.....	83
Tabel 4.16Membeli Minyak Goreng Bimoli Tanpa Membebani Keuangan Konsumen.....	84
Tabel 4.17Minyak Goreng Bimoli Menawarkan Nilai yang Baik untuk Harganya, Membuatnya Mudah diakses oleh Berbagai Lapisan Masyarakat.....	85
Tabel 4.18Harga Produk Minyak Bimoli Sesuai Dengan Kualitasnya Yang Premium.....	86
Tabel 4.19Harga Minyak Goreng Bimoli Sepadan Dengan Manfaat Yang Didapatkan.....	86
Tabel 4.20Konsumen Mencari Produk Alternatif Berdasarkan Kesesuaian Harga Sebelum Memutuskan Untuk Membeli Minyak Goreng Bimoli .....	87
Tabel 4.21Dengan Adanya Berbagai Pilihan Ukuran Kemasan, Konsumen Memiliki Kontrol Penuh Atas Berapa Banyak yang Mereka Beli dan Berapa Banyak yang Mereka Bayar .....	88
Tabel 4.22Minyak Goreng Bimoli Memiliki Harga yang Bersaing dengan Merek Minyak Goreng Lainnya.....	89
Tabel 4.23Konsumen Mempertimbangkan Harga Sebelum Membeli Minyak Goreng Bimoli .....	90
Tabel 4.24Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Tetang Harga Minyak Goreng Bimoli pada Toserba Gunasalma Kawali .....	91
Tabel 4.25Penentuan Interval .....	92

Tabel 4.26	Minyak Goreng Bimoli Sangat Menarik Bagi Konsumen Untuk Digunakan.....	93
Tabel 4.27	Penggunaan Minyak Goreng Bimoli Untuk Memenuhi Kebutuhan Memasak Sehari-Hari .....	94
Tabel 4.28	Konsumen Tertarik Dengan Minyak Goreng Bimoli Karena Memiliki Reputasi Yang Baik .....	95
Tabel 4.29	Konsumen Tertarik Untuk Membeli Minyak Goreng Bimoli Karena Adanya Ulasan Positif .....	95
Tabel 4.30	Konsumen Yakin Bahwa Minyak Goreng Bimoli Memberikan Kualitas Yang Baik .....	96
Tabel 4.31	Adanya Rekomendasi dari Orang Lain Membuat Konsumen Yakin pada Minyak Goreng Bimoli .....	97
Tabel 4.32	Konsumen Memiliki Dorongan Emosional Untuk Segera Membeli Produk Bimoli.....	98
Tabel 4.33	Konsumen Memiliki Keinginan Untuk Mencoba Dan Memiliki Pengalaman Dalam Menggunakan Minyak Goreng Bimoli.....	99
Tabel 4.34	Konsumen Hanya Menggunakan Minyak Goreng Bimoli Daripada Menggunakan Minyak Goreng Lainnya.....	100
Tabel 4.35	Konsumen Selalu Memprioritaskan Bimoli Sebagai Referensi Minyak Goreng .....	101
Tabel 4.36	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian .....	102
Tabel 4.37	Penentuan Interval .....	103
Tabel 4.38	Rekap Hasil Analisis Deskriptif .....	104
Tabel 4.39	Tabulasi Data Kualitas Produk (X1) dan Keputusan Pembelian (Y) .	104
Tabel 4.40	Tabulasi Data Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) .....	110
Tabel 4.41	Tabulasi Data Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y).....	115
Tabel 4.42	Tabel Rekapitulasi Analisis Verifikatif.....	124



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan .....	27
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Toserba Gunasalma Kawali .....	62
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	68
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan berapa kali melakukan Pembelian Minyak Goreng Bimoli di Gunasalma Kawali .....	68
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	69

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 SK Bimbingan

Lampiran 2 SK Penelitian dari Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Lampiran 3 SK Balasan Izin Penelitian

Lampiran 4 Kuesioner Penelitian

Lampiran 5 Output SPSS

Lampiran 6 Distribusi Tabel t

Lampiran 7 Distribusi Tabel F

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup