

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iii
ABSTRAK	iiiv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Teori Manajemen	13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	13
2.1.1.2 Fungsi Ilmu Manajemen	14
2.1.1.3 Bidang-Bidang Manajemen	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3 Variabel yang Diteliti	17
2.1.3.1 Pengertian Testimoni Konsumen.....	17

2.1.3.2 Indikator Testimoni Konsumen	18
2.1.3.3 Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	19
2.1.3.4 Indikator Kepercayaan Konsumen	20
2.1.3.5 Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.1.3.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
2.1.3.7 Indikator Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	24
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.2.1 Pengaruh Testimoni Konsumen (X^1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	27
2.2.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen (X^2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	28
2.2.3 Pengaruh Testimoni Konsumen (X^1) dan Kepercayaan Konsumen (X^2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	29
2.3 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	32
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	33
3.2.1 Definisi Variabel	33
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.3.1 Populasi	38
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1 Sumber Data	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.5.1 Analisis Pengaruh Testimoni Konsumen (X^1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	42

3.5.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen (X^2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	46
3.5.3 Analisis Pengaruh Testimoni Konsumen (X_1) dan Kepercayaan Konsumen (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	50
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	53
3.6.1 Tempat Penelitian	53
3.6.2 Waktu Penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1.1 Profil Toko.....	55
4.1.1.2 Produk Yang Dijual Toko Ramona Ciamis.....	56
4.1.2 Karakteristik Responden	56
4.1.2.1 Jenis Kelamin	56
4.1.2.2 Usia.....	57
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti	58
4.1.3.1 Testimoni Konsumen pada Toko Roti Ramona Ciamis.....	58
4.1.3.2 Kepercayaan Konsumen Pada Toko Roti Ramona Ciamis	69
4.1.3.3 Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toko Roti Ramona Ciamis.....	78
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	89
4.1.4.1 Pengaruh Testimoni Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.1.4.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	96
4.1.4.3 Pengaruh Testimoni Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	102

4.2 Pembahasan	114
4.2.1 Pengaruh Testimoni Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Roti Ramona Ciamis .	114
4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Roti Ramona Ciamis .	116
4.2.3 Pengaruh Testimoni Konsumen dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Roti Ramona Ciamis.....	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Penjualan Toko Roti Rammona Ciamis Bulan Januari - Desember 2024	5
Tabel 1. 2	Hasil Kuisisioner Pra-Survey Keputusan Pembelian Toko Roti Rammona Ciamis.....	6
Tabel 1.3	Hasil Kuisisioner Pra-Survey Testimoni Konsumen Toko Roti Ramona Ciamis	7
Tabel 1.4	Hasil Kuisisioner Pra-Survey Kepercayaan Konsumen Toko Roti Ramona Ciamis	8
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1	Definisi Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3. 2	Penjualan Toko Roti Rammona Ciamis	39
Tabel 3. 3	Interpretasi Dari Besarnya Koefisien Korelasi	43
Tabel 3. 4	Interpretasi Koefisien Korelasi	47
Tabel 3. 5	Interpretasi Koefisien Korelasi Berganda	51
Tabel 3. 6	Waktu Penelitian	54
Tabel 4. 1	Pedoman Interpretasi	59
Tabel 4. 2	Testimoni yang disampaikan konsumen terlihat menarik dan membuat saya ingin mencoba produk roti Ramona Ciamis	60
Tabel 4. 3	Cara Penyampaian pengalaman konsumen mengenai produk roti dari toko Ramona Ciamis terlihat menggugah selera.....	61
Tabel 4. 4	Saya merasa testimoni konsumen mengenai toko roti Ramona Ciamis dapat dipercaya	62
Tabel 4. 5	Sumber testimoni konsumen terlihat memiliki pengalaman nyata mengenai produk roti di toko Ramona Ciamis	63
Tabel 4. 6	Testimoni konsumen yang disampaikan mengenai toko roti Ramona Ciamis terlihat alami tanpa dibuat-buat.....	64
Tabel 4. 7	Saya merasa testimoni tentang toko roti Ramona Ciamis muncul secara jujur dan spontan.....	65

Tabel 4. 8	Rekapitulasi Testimoni Konsumen pada Toko Roti Ramona Ciamis	66
Tabel 4. 9	Pedoman Interpretasi	68
Tabel 4. 10	Pedoman Interpretasi	70
Tabel 4. 11	Toko roti Ramona Ciamis selalu memberikan produk yang sesuai dengan harapan saya	70
Tabel 4. 12	Pelayanan yang saya terima dari toko roti Ramona Ciamis konsisten dan memuaskan	71
Tabel 4. 13	Informasi yang disampaikan toko roti Ramona Ciamis tentang produk dan harga selalu akurat dan jelas	72
Tabel 4. 14	Toko roti Ramona Ciamis jujur dalam memberikan informasi mengenai bahan, kualitas, dan promosi produk.....	73
Tabel 4. 15	Toko roti Ramona Ciamis sangat memperhatikan kebutuhan dan preferensi konsumen	74
Tabel 4. 16	Tanggapan toko roti Ramona Ciamis terhadap keluhan dan masukan saya diberikan dengan cepat dan penuh perhatian.....	75
Tabel 4. 17	Rekapitulasi Kepercayaan Konsumen pada Toko Roti Ramona Ciamis	77
Tabel 4. 18	Pedoman Interpretasi	78
Tabel 4. 19	Pedoman Interpretasi	80
Tabel 4. 20	Saya membeli roti di toko Ramona Ciamis karena memang membutuhkannya sebagai makanan pokok atau camilan	80
Tabel 4. 21	Saya merasa roti dari Ramona Ciamis dapat memenuhi kebutuhan saya untuk makanan ringan atau sarapan	81
Tabel 4. 22	Saya tertarik mencoba varian roti baru yang ditawarkan oleh toko Ramona Ciamis.....	83
Tabel 4. 23	Roti dengan rasa atau jenis baru dari toko Ramona Ciamis mendorong saya untuk mencobanya.....	84
Tabel 4. 24	Saya sudah memiliki pilihan roti favorite dari toko Ramona Ciamis yang selalu saya beli.....	85

Tabel 4. 25	Setelah beberapa kali membeli, saya merasa mantap untuk terus membeli roti tertentu dari toko Ramona Ciamis	86
Tabel 4. 26	Rekapitulasi Keputusan Pembelian pada Toko Roti Ramona Ciamis	87
Tabel 4. 27	Pedoman Interpretasi	89
Tabel 4. 28	Pengaruh Testimoni Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Ramona Ciamis.....	90
Tabel 4. 29	Kriteria Koefisien Korelasi Sederhana (X1)	92
Tabel 4. 30	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Ramona Ciamis	96
Tabel 4. 31	Kriteria Koefisien Korelasi Sederhana (X2).....	99
Tabel 4. 32	Pengaruh Testimoni Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Ramona Ciamis	103
Tabel 4. 33	Kriteria Koefisien Korelasi berganda	107
Tabel 4. 34	Rekapan Hasil Analisis Asosiatif.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Testimoni Konsumen dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	30
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58