

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	9
2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.2 Keputusan Pembelian	12
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.2.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	12
2.2.3 Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian...	15
2.2.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.3 Produk.....	20
2.3.1 Pengertian Produk.....	20

2.3.2	Tingkatan Produk.....	21
2.3.3	Klasifikasi Produk	22
2.3.4	Indikator Produk	23
2.4	Harga.....	24
2.4.1	Pengertian Harga	24
2.4.2	Tujuan Penetapan Harga.....	25
2.4.3	Strategi Penetapan Harga.....	26
2.4.4	Peran Harga	28
2.4.5	Indikator Harga.....	29
2.5	Lokasi	30
2.5.1	Pengertian Lokasi	30
2.5.2	Faktor Daya Tarik Lokasi.....	31
2.5.3	Karakteristik Lokasi.....	32
2.5.4	Indikator Lokasi.....	34
2.6	Pandangan Islam Tentang Pemasaran	34
2.7	Penelitian Terdahulu.....	36
2.8	Kerangka Pemikiran	37
2.9	Hipotesis	38
BAB III	: METODE PENELITIAN.....	39
3.1	Lokasi / Objek Penelitian.....	39
3.2	Operasional Variabel Penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampel.....	40
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	42

3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Teknik Analisis Data	43
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	48
4.1 Sejarah Singkat Juan Minimarket.....	48
4.2 Struktur Organisasi Juan Minimarket.....	49
4.3 Tugas dan Wewenang Jabatan.....	51
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
5.1 Identitas Responden.....	53
5.2 Analisis Deskriptif	58
5.2.1 Analisis Deskriptif Produk (X_1).....	58
5.2.2 Analisis Deskriptif Harga (X_2)	62
5.2.3 Analisis Deskriptif Lokasi (X_3)	66
5.2.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	70
5.3 Pengujian Instrumen Penelitian	74
5.3.1 Uji Validitas.....	74
5.3.2 Uji Reliabilitas	76
5.4 Uji Normalitas Data.....	76
5.5 Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Produk Minuman Fanta Pada Juan Minimarket di Kecamatan Benai Kuantan Singingi	78
5.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	78
5.5.2 Uji Hipotesis	80
5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	82

5.6 Pembahasan	83
BAB VI : PENUTUP.....	85
6.1 Kesimpulan.....	85
6.2 Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Minuman Fanta Pada Juan Minimarket Kecamatan Benai Tahun 2016.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	39
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	55
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Tentang Bentuk minuman yang bervariasi membuat konsumen berminat untuk membeli produk Fanta di Juan Minimarket	58
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Tentang Ukuran kemasan yang pas membuat konsumen berminat untuk membeli produk Fanta di Juan Minimarket	59
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Tentang Kualitas produk yang baik membuat konsumen di Juan Minimarket berminat untuk membeli air soda merek Fanta	60
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Tentang Cita rasa yang bervariasi dan keunikan dalam aroma minuman Fanta membuat konsumen di Juan Minimarket berminat untuk melakukan pembelian.....	60

Tabel 5.10	Tanggapan Responden Tentang Kemasan yang menarik membuat konsumen di Juan Minimarket berminat membeli air soda merek Fanta.....	60
Tabel 5.11	Tanggapan Responden Tentang Produk yang mudah dibawa membuat konsumen di Juan Minimarket berminat membeli air soda merek Fanta	60
Tabel 5.12	Rekapitulasi Variabel Produk (X_1)	61
Tabel 5.13	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dijual pada Juan Minimarket membuat konsumen berminat membeli air soda merek Fanta.....	62
Tabel 5.14	Tanggapan Responden Tentang Harga minuman Fanta pada Juan Minimarket sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen.....	63
Tabel 5.15	Tanggapan Responden Tentang Harga yang bersaing membuat konsumen melakukan pembelian minuman Fanta di Juan Minimarket.....	64
Tabel 5.16	Tanggapan Responden Tentang Harga minuman merek Fanta pada Juan Minimarket sesuai dan terjangkau	64
Tabel 5.17	Rekapitulasi Variabel Harga (X_2).....	65
Tabel 5.18	Tanggapan Responden Tentang Lokasi Juan Minimarket mudah diakses oleh konsumen	66
Tabel 5.19	Tanggapan Responden Tentang Juan Minimarket Kecamatan Benai berada di lokasi yang strategis dan selalu ramai pengunjung.....	67

Tabel 5.20	Tanggapan Responden Tentang Lingkungan yang mendukung membuat konsumen pada Juan Minimarket berminat untuk membeli air soda merek Fanta	68
Tabel 5.21	Tanggapan Responden Tentang Juan Minimarket di Kecamatan Benai memiliki lahan parkir yang luas serta terjaga keamanannya	68
Tabel 5.22	Rekapitulasi Variabel Lokasi (X_3)	69
Tabel 5.23	Tanggapan Responden Tentang Konsumen memiliki keinginan untuk membeli air soda merek Fanta dikarenakan kebutuhan akan suatu produk	70
Tabel 5.24	Tanggapan Responden Tentang Konsumen mengetahui air soda merek Fanta dikarenakan iklan produk dari media massa	71
Tabel 5.25	Tanggapan Responden Tentang Konsumen memilih membeli air soda merek Fanta di Juan Minimarket Kecamatan Benai dikarenakan produk sesuai dengan kebutuhan	72
Tabel 5.26	Tanggapan Responden Tentang Konsumen membeli air soda merek Fanta di Juan Minimarket Kecamatan Benai dikarenakan pilihan yang dianggap paling dibutuhkan	72
Tabel 5.27	Tanggapan Responden Tentang Konsumen dalam membeli air soda merek Fanta di Juan Minimarket Kecamatan Benai merasa puas terhadap produk tersebut	72
Tabel 5.28	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	73
Tabel 5.29	Uji Validitas Item Pernyataan Tentang Pengaruh Produk (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Juan Minimarket di Kecamatan Benai Kuantan Singingi	75

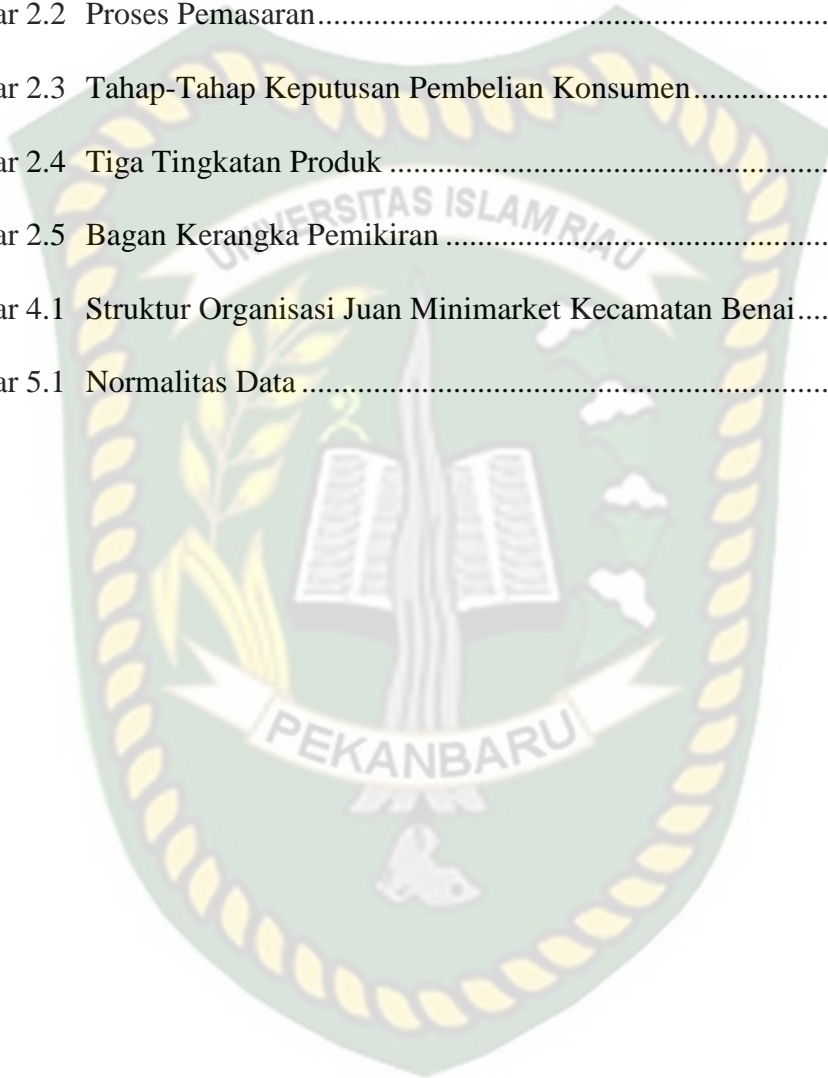
Tabel 5.30	Uji Reliabilitas	76
Tabel 5.31	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel 5.32	Hasil Uji Simultan	81
Tabel 5.33	Hasil Koefisien Determinasi	83



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Pemasaran.....	11
Gambar 2.2 Proses Pemasaran.....	11
Gambar 2.3 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	13
Gambar 2.4 Tiga Tingkatan Produk	21
Gambar 2.5 Bagan Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Juan Minimarket Kecamatan Benai.....	51
Gambar 5.1 Normalitas Data	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Uji Validitas

Lampiran 4 : Uji Reliabilitas

Lampiran 5 : Regresi Linear Berganda

