

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Penelitian	1
1.1.1. Sejarah Chocodot	1
1.1.2. Visi dan Misi PT. Tama Cokelat	5
1.1.3. Struktur Organisasi PT. Tama Cokelat	6
1.1.4. Lokasi Perusahaan	7
1.2. Latar Belakang Masalah	7
1.3. Perumusan Masalah	16
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Kegunaan Penelitian	16
1.6. Sistematika Penulisan Laporan	17
BAB II TINJUAN PUSTAKA	19
2.1. Landasan Teori	19
2.1.1. Manajemen Pemasaran	19
2.1.2. Bauran Pemasaran	19
2.1.3. Bauran Promosi	20
2.1.4. Bauran Produk	22
2.1.5. Perilaku Konsumen	24

2.1.6. Keputusan Pembelian	24
2.2. Kerangka Pemikiran	28
2.3. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian	31
3.2. Variabel Operasional	32
3.3. Tahapan Penelitian	35
3.4. Populasi dan Sampel	36
3.4.1. Populasi	36
3.4.2. Sampel	36
3.5. Pengumpulan Data	38
3.5.1. Data Primer	38
3.5.2. Data Sekunder	39
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.1. Uji Validitas	40
3.6.2. Uji Reliabilitas	45
3.7. Teknik Analisis Data	47
3.7.1. Analisis Deskriptif	47
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	49
3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.4. Uji t	52
3.7.5. Uji F	52
3.7.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Hasil Penelitian	54
4.1.1. Deskripsi Responden	54
4.1.2. Hasil Pengujian Data	59
4.1.3. Analisis Deskriptif	65
4.1.4. Hasil Analisis Product Mix, Promotion Mix, dan Buying Decision..	75
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	77

4.2.1. Uji Asumsi Klasik	77
4.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.2.3. Uji Anova (F)	84
4.2.4. Uji Parsial (t)	86
4.2.5. Uji Koefisien Determinasi (R)	87
4.2.6. Hasil Analisis Pengaruh Bauran Produk dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran	91
5.2.1. Saran Bagi Perusahaan	91
5.2.2. Saran Bagi Penelitian	91
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR JURNAL	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Chocodot 2011 – 2015	10
Tabel 3.1	Operasional Variabel	32
Tabel 3.2	Tabel Instrumen Skala Likert Dalam Penelitian	34
Tabel 3.3	Validitas Dimensi Product Mix 30 Responden	42
Tabel 3.4	Validitas Dimensi Promotion Mix 30 Responden	43
Tabel 3.5	Validitas Dimensi Buying Decision 30 Responden	44
Tabel 3.6	Reliabilitas Dimensi Product Mix	46
Tabel 3.7	Reliabilitas Dimensi Promotion Mix	46
Tabel 3.8	Reliabilitas Dimensi Buying Decision	47
Tabel 3.9	Kriteria Interpretasi Skor	48
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.2	Ragam Fakultas	55
Tabel 4.3	Ragam Produk Chocodot Pavorit	56
Tabel 4.4	Ragam Cara Membeli Konsumen	58
Tabel 4.5	Validitas Dimensi Produk Mix 100 Responden	59
Tabel 4.6	Validitas Dimensi Promotion Mix 100 Responden	61
Tabel 4.7	Validitas Dimensi Buying Decision 100 Responden	62
Tabel 4.8	Reliabilitas Variabel Product Mix	63
Tabel 4.9	Reliabilitas Variabel Promotion Mix	64
Tabel 4.10	Reliabilitas Variabel Buying Decision	64

Tabel 4.11 Analisis Dimensi Variabel Product Mix (X1)	65
Tabel 4.12 Analisis Dimensi Variabel Promotion Mix (X2)	69
Tabel 4.13 Analisis Dimensi Variabel Buying Decision (Y)	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedasitas dengan Uji Glejser	80
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi	82
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	83
Tabel 4.19 Hasil Uji Anova (F)	85
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (t)	86
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo PT. Tama Cokelat dan Chocodot	5
Gambar 1.2	Struktur Organisasi PT. Tama Cokelat	6
Gambar 1.3	Market Share produk Olahan Cokelat di Garut	12
Gambar 1.4	Persentase Pertumbuhan Penjualan Chocodot Tahun 2011 – 2015	13
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	35
Gambar 4.1	Persentase Jenis Kelamin Responden	54
Gambar 4.2	Ragam Fakultas Telkom University	56
Gambar 4.3	Persentase Produk Pavorit	57
Gambar 4.4	Persentase Cara Membeli	58
Gambar 4.5	Garis Kontinum Dimensi Variabel Product Mix	68
Gambar 4.6	Garis Kontinum Dimensi Variabel Promotion Mix	71
Gambar 4.7	Garis Kontinum Dimensi Variabel Buying Decision	74
Gambar 4.8	Ilustrasi Pengaruh Variabel X1 dan X2 Terhadap Y	75
Gambar 4.9	Hasil Pengujian Normalitas	78
Gambar 4.10	Hasil Pengujian Heterokedasitas	80

DAFTAR LAMPIRAN

- 1. Data Penjualan Chocodot**
 - 2. Lampiran Kuesioner**
 - 3. Data Responden**
 - 4. Hasil Tabulasi Data Product Mix**
 - 5. Hasil Tabulasi Data Promotion Mix**
 - 6. Hasil Tabulasi Data Buying Decision**
 - 7. Validitas Bauran Produk 100 Responden**
 - 8. Validitas Bauran Pemasaran 100 Responde**
 - 9. Validitas Keputusan Pembelian 100 Responden**
 - 10. Hasil Reliabilitas Product Mix 100 Responde**
 - 11. Hasil Reliabilitas Promotion Mix 100 Responden**
- Hasil Reliabilitas Buying Decision 100 Respond**