

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	18
2.1 Tinjauan Pustaka	18
2.1.1 Pengertian Pemasaran	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran	18
2.2 Kualitas	19
2.3 Produk	19
2.4 Kualitas Produk.....	20
2.4.1 Dimensi Kualitas Poduk	21
2.5 Bauran Pemasaran	22
2.6 <i>Sales Promotion</i>	24
2.6.1 Alat-alat <i>Sales Promotion</i>	26
2.6.2 <i>Bonus Pack</i>	28
2.6.3 Indikator <i>Bonus Pack</i>	28
2.6.4 <i>Price Discount</i>	28

2.7 Minat Beli.....	30
2.8 Hubungan Antara Variabel.....	31
2.8.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Beli.....	31
2.8.2 Hubungan <i>Sales Promotion</i> Dengan Minat Beli.....	31
2.9 Penelitian Terdahulu.....	32
2.10 Kerangka Pemikiran.....	42
2.11 Hipotesis Penelitian.....	44
2.12 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Metode Penelitian.....	45
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	45
3.2.1 Variabel Operasional.....	45
3.2.2 Skala Pengukuran.....	48
3.3 Tahapan Penelitian.....	49
3.4 Populasi dan Sampel.....	50
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel.....	50
3.5 Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Sumber Data.....	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.6.1 Uji Validitas.....	53
3.6.2 Hasil Uji Validitas Pre Test 30 Responden.....	54
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	56
3.6.4 Hasil Uji Reliabilitas Pre Test 30 Responden.....	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	57
3.8 Method Successive Internal (MSI).....	59
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
3.9.2 Uji T (Uji Parsial).....	61
3.9.3 Uji f (Uji Simultan).....	62
3.9.4 Koefisien Determinasi.....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Coffee.....	67
4.2 Hasil Teknik Analisis Deskriptif.....	68
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk.....	68
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Sales Promotion.....	74
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli.....	78
4.3 Uji Asumsi Klasik	82
4.3.1 Uji Normalitas.....	82
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	84
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	85
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	86
4.5 Pengujian Hipotesis	87
4.5.1 Uji T (Parsial)	87
4.5.2 Uji F (Simultan).....	88
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi	89
4.6 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	90
4.6.1 Analisis Deskriptif.....	90
4.6.2 Analisis Pengaruh Kualitas P dan Sales P Terhadap Minat B ..	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Aspek Praktisi	95
5.2.2 Aspek Teoritis	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN