

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>MOTTO PERSEMBAHAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1. Manfaat Praktis.....	10
1.4.2. Manfaat Teoritis .....	10
1.5. Tinjauan Pustaka .....	10
1.5.1. Tinjauan Empiris .....	11
1.5.2. Tinjauan Teori .....	13
1.5.2.1. Bauran Pemasaran .....	13
1.5.2.2. Produk .....	15
1.5.2.3. Atribut Produk .....	16
1.5.2.4. Citra Merek .....	25
1.5.2.5. Persepsi Harga .....	29
1.5.2.6. Perilaku Konsumen .....	32
1.5.2.7. Model Perilaku Konsumen .....	33
1.5.2.8. Keputusan Pembelian .....	33
1.5.2.9. Tahapan Tahapan Pembelian .....	35
1.6. Konsep Yang Menghubungkan Antar Variable .....	36
1.6.1. Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pembelian.....	36
1.6.2. Hubungan Antara Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian .....	38
1.6.3. Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian .....	39
1.7. Kerangka Pemikiran .....	41
1.8. Definisi Konsep Dan Definisi Operasional .....	42
1.8.1. Definisi Konsep .....	42
1.8.2. Definisi Operasional .....	42
1.9. Hipotesis .....	45
1.10. Metode penelitian .....	45
1.10.1. Tipe penelitian .....	45
1.10.2. Objek penelitian.....	45

1.10.3. Lokasi Penelitian .....	46
1.10.4. Populasi dan Sampel.....	46
1.10.5. Teknik Sampling .....	47
1.10.6. Sumber Data .....	47
1.10.7. Metode pengumpulan data .....	47
1.10.8. Skala Pengukuran .....	48
1.10.9. Pengukuran Instrumen .....	48
a. Uji Validitas .....	48
b. Uji Reliabilitas .....	49
1.10.10. Uji Asumsi Klasik .....	49
a. Uji Normalitas .....	50
b. Uji Multikolinieritas .....	50
c. Uji Heterokedestisitas .....	50
1.10.11. Teknik Analisis Data .....	51
a. Analisis Statistik Deskriptif .....	52
b. Analisis Statistik Inferensial .....	52
1.10.12. Pengujian Hipotesis .....	52
a. Analisis Uji f (simultan) .....	53
b. Analisis Uji t (parsial) .....	53
c. Analisis Koefisien determinasi .....	53
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PERUSAHAAN .....</b>	<b>55</b>
2.1. Sejarah singkat perusahaan minyak goreng Bimoli .....	55
a. Kemasan minyak goreng Bimoli .....	55
b. Komposisi minyak goreng Bimoli .....	55
c. Keunggulan .....	55
2.2. Visi .....	56
2.3. Misi .....	56
2.4. Bidang Usaha .....	57
2.5. Struktur Organisasi .....	58
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
3.1. Karakteristik Responden .....	59
3.2. Uji Instrumen Penelitian .....	64
a. Uji validitas .....	64
b. Uji reliabilitas .....	65
3.3. Analisis data hasil penelitian .....	66
3.4. Uji asumsi klasik .....	93
1. Uji normalitas .....	93
2. Uji multikolinearitas .....	94
3. Uji heteroskedastisitas .....	94
3.5. Uji Regresi Linear Berganda .....	96

3.6. Uji Hipotesis .....	96
1. Uji f (Simultan) .....	97
2. Uji t (Parsial) .....	97
3. Uji Koefesien determinasi .....	99
3.7. Pembahasan Hasil Penelitian .....	101
1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	102
2. Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian .....	108
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian .....	108
4. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	109
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>110</b>
A. Kesimpulan .....	110
B. Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Minyak Goreng Tahun 2015 – 2017 .....	3
Tabel 1.2 Daftar Harga Minyak Goreng Tahun 2017 .....	5
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 1.5 Skala pengukuran .....	50
Tabel 3.1 Berdasarkan Karakteristik Tingkat Pendidikan Terakhir .....	61
Tabel 3.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	62
Tabel 3.3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan Responden .....	63
Tabel 3.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran per Bulan .....	65
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas .....	66
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 3.7. Minyak goreng Bimoli membuat makanan menjadi lebih renyah .....	69
Tabel 3.8. Minyak goreng bimoli dapat digunakan 2-3 kali untuk penggunaan ulang ...	70
Tabel 3.9. Minyak goreng bimoli dapat disimpan lama tidak berbau .....	71
Tabel 3.10. kualitas minyak goreng bimoli telah memadai. ....	72
Tabel 3.11. Minyak goreng bimoli dikemas dalam ukuran yang sesuai dengan kebutuhan anda .....	73
Tabel 3.12 Rekapitulasi rata-rata item Kualitas Produk .....	75
Tabel 3.13. Minyak goreng bimoli diproduksi oleh perusahaan terkemuka .....	76
Tabel 3.14. Minyak goreng bimoli merupakan merek yang terpercaya. ....	77
Tabel 3.15. Tampilan kemasan minyak goreng bimoli lebih menarik dibanding minyak goreng lain. ....	79
Tabel 3.16. Anda lebih mudah mengenali minyak goreng bimoli dari pada minyak goreng lain .....	80
Tabel 3.17. Minyak goreng bimoli mudah ditemukan diwilyah sekitar anda .....	81
Tabel 3.18 Rekapitulasi rata-rata item Citra Merek .....	82
Tabel 3.19. Saya suka membeli minyak goreng bimoli karna harga yang ditetapkan masih terjangkau. ....	83
Tabel 3.20. Harga yang ditawarkan minyak goreng bimoli sesuai dengan apa yang anda harapkan .....	85
Tabel 3.21. Harga minyak goreng bimoli lebih murah dibandingkan minyak goreng lain .....	86
Tabel 3.22 Rekapitulasi rata-rata item persepsi harga .....	87
Tabel 3.23. Saya membeli minyak goreng bimoli karna sesuai dengan kebutuhan. ....	88
Tabel 3.24. Saya membeli minyak goreng bimoli karna yakin akan kualitasnya. ....	89
Tabel 3.25. Sebelum saya membeli minyak goreng bimoli, saya mencari imformasi dari keluarga/teman. ....	90
Tabel 3.26. Sebelum saya membeli minyak goreng bimoli, saya mencari imformasi dari media internet/televisi. ....	91

Tabel 3.27 Rekapitulasi rata-rata item Keputusan Pembelian .....	93
Tabel 3.28. UJI NORMALITAS .....	94
Tabel 3.29. Uji Multikolinearitas .....	95
Tabel 3.30. Uji Heteroskedastisitas .....	96
Tabel 3.31. Uji Regresi Linear Berganda .....	97
Tabel 3.32. Rangkuman Uji F .....	99
Tabel 3.33. Rangkuman Uji t .....	100
Tabel 3.34. KOEFISIEN DETERMINASI .....	102

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Gambar Marketing Mix .....	14
Gambar1.2 Model Perilaku Pembelian .....	33
Gambar 1.3. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan .....	35
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 1.5 Model Hipotesis .....	45
Gambar 2.1 Struktur organisasi PT. Salim Ivonas Pratama Tbk (SIM) .....	56