

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xiv</b>
 <b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>..6</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>..7</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>..7</b>
 <b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>A. Landasan Teori.....</b>	<b>9</b>
1. Keputusan Pembelian.....	9
2. Marketing Mix .....	18
3. Produk .....	19
4. Harga.....	22
5. Lokasi .....	27

6. Promosi .....	31
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>38</b>
<b>C. Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini .....</b>	<b>40</b>
<b>D. Hubungan Antar Variabel .....</b>	<b>40</b>
<b>E. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>45</b>
<b>F. Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>45</b>

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

<b>A. Rancangan Penelitian .....</b>	<b>47</b>
<b>B. Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>47</b>
1. Populasi .....	48
2. Sampel .....	48
3. Teknik Pengambilan Sampel .....	49
4. Besaran Sampel .....	49
<b>C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>50</b>
<b>D. Klasifikasi Variabel Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>51</b>
<b>F. Skala Pengukuran Variabel .....</b>	<b>52</b>
<b>G. Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>53</b>
1. Uji Validitas .....	53
2. Uji Reliabilitas .....	54
<b>H. Metode dan Teknik Analisis Data .....</b>	<b>55</b>
1. Analisis Deskriptif .....	56
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
3. Uji Hipotesis .....	57

### **BAB IV: PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Analisis Deskriptif .....</b>	<b>60</b>
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden .....	60
2. Analisis Deskripsi Variabel .....	62
<b>B. Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>65</b>

<b>C. Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>67</b>
1. Uji F (bersama-sama) .....	67
2. Uji T (parsial) .....	68
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
<b>D. Pembahasan .....</b>	<b>70</b>
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>74</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

1.1 Pangsa Pasar Produk Thai Tea di Sleman Yogyakarta 2019.....	2
2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	38
3.1 Definisi Operasional Variabel .....	50
3.2 Skor Skala Likert .....	52
3.3 Hasil Uji Validitas .....	54
3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Fremilt Thai Tea di Dua Outlet yang Berbeda .....	60
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.4 Presepsi Responden Variabel Produk .....	62
4.5 Presepsi Responden Variabel Harga .....	63
4.6 Presepsi Responden Variabel Lokasi .....	63
4.7 Presepsi Responden Variabel Promosi .....	64
4.8 Presepsi Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	65
4.9 Hasil Regresi Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	66
4.10 Hasil Uji F .....	68
4.11 Hasil Uji T .....	68
4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>2.1 Tahap – tahap Keputusan Pembelian .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Pengaruh Marketing Mix Marketing Mix terhadap Sasaran Pasar...</b>	<b>18</b>
<b>2.3 Lokasi Pasar Konsumen dan Industri .....</b>	<b>28</b>
<b>2.4 Model Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>44</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>80</b>
<b>Lampiran 2: Data 30 Responden.....</b>	<b>85</b>
<b>Lampiran 3: Correlations 30 Responden.....</b>	<b>87</b>
<b>Lampiran 4: Data 100 Responden .....</b>	<b>89</b>
<b>Lampiran 5: Karakteristik Responden .....</b>	<b>94</b>