

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I .....	2
PENDAHULUAN .....	2
1.1 Latar Belakang Masalah .....	2
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Praktis .....	12
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	12
1.5 Kajian Pustaka .....	13
1.5.1 Landasan Teori .....	13
1.5.2 Landasan Empirik.....	33
1.6 Hubungan Antar Variabel.....	70
1.6.1 Hubungan Promosi terhadap Minat Beli .....	70
1.6.2 Hubungan Distribusi terhadap Minat Beli .....	71
1.6.3 Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	71
1.6.4 Hubungan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian .....	72
1.6.5 Hubungan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	73
1.6.6 Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli .....	73
1.6.7 Hubungan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli ..	74
1.7 Kerangka Pemikiran .....	75
1.8 Hipotesis .....	79
1.9 Definisi Konsep dan Operasional .....	80

1.9.1 Definisi Konsep .....	80
1.9.2 Definisi Operasional .....	81
1.10 Metode Penelitian .....	83
1.10.1 Tipe Penelitian .....	83
1.10.2 Ruang Lingkup dan Obyek Penelitian .....	83
1.10.3 Sumber Data.....	85
1.10.4 Populasi dan Sampel .....	85
1.10.5 Teknik Sampling .....	86
1.10.6 Teknik Pengumpulan Data.....	86
1.10.7 Skala Pengukuran.....	87
1.10.8 Uji Validitas .....	88
1.10.9 Uji Reliabilitas .....	89
1.10.10 Analisis Data .....	89
1.10.10.1 Analisis Deskriptif .....	89
1.10.10.2 Analisis Statistik Interferensial .....	90
1.10.11 Uji Hipotesis .....	92
BAB II.....	101
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	101
2.1 Sekilas Tentang Bakpia Kukus Tugu Jogja.....	101
2.2 Logo Bakpia Kukus Tugu Jogja .....	93
2.3 Distribusi Bakpia Kukus Tugu Jogja.....	93
2.4 Promosi.....	94
2.5 Produk Bakpia Kukus Tugu Jogja .....	95
BAB III .....	105
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	105
3.1. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	105
3.1.1 Uji Validitas.....	105
3.1.2 Uji Reliabilitas .....	100
3.2. Karakteristik Responden.....	101
3.2.1 Usia Responden .....	101
3.3. Teknik Analisis Data .....	103

3.3.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	103
3.3.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Promosi .....	104
3.3.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Distribusi.....	110
3.3.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	114
3.3.1.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	119
3.3.2 Analisis Statistik Inferensial .....	124
1) Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	124
2) Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	128
3) Perhitungan <i>Goodness of Fit</i> .....	130
3.3.3 Pengujian Hipotesis .....	131
3.4 Pembahasan.....	136
3.4.1 Pengaruh Promosi (X1) terhadap Minat Beli (Z).....	136
3.4.2 Pengaruh Distribusi (X2) terhadap Minat Beli (Z) .....	137
3.4.3 Pengaruh Promosi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	137
3.4.4 Pengaruh Distribusi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	138
3.4.5 Pengaruh Minat Beli (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	138
3.4.6 Pengaruh Promosi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z).....	139
3.4.7 Pengaruh Distribusi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z).....	140
BAB IV .....	152
PENUTUP.....	152
4.1 Kesimpulan.....	152
4.2 Saran .....	141
DAFTAR PUSTAKA .....	144

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Stok Terjual pada outlet Bakpia Kukus Tugu Jogja Maliobor Mall .....	3
Tabel 1.2 Outlet Bakpia Kurnia Sari.....	6
Tabel 1.3 Outlet Bakpia Kukus Tugu Jogja .....	7
Tabel 1.4 Identifikasi Ulasan pada <i>Google Review</i> .....	10
Tabel 1.5 55 Hasil Penelitian Terdahulu Menurut Judul Penelitian, Variabel Penelitian, Metode Analisis Data, dan Hasil Penelitian.....	55
Tabel 1.6 Skala Likert .....	88
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	98
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi .....	98
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	99
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	99
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	100
Tabel 3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	102
Tabel 3.7 Tampilan Postingan Bakpia Kukus Tugu Jogja di Intagram Menarik Perhatian.....	104
Tabel 3.8 Wiraniaga Bakpia Kukus Tugu Jogja dengan Tanggap Melayani Konsumen .....	105
Tabel 3.9 Pemberian diskon 11% Bakpia Kukus Tugu Jogja Menarik Perhatian Untuk Membeli .....	106
Tabel 3.10 Kejelasan Informasi Mengenai Bakpia Kukus Tugu Jogja di Media Sosial.....	108
Tabel 3.11 Iklan yang Diberikan Bakpia Kukus Tugu Jogja Sesuai dengan Realita .....	109
Tabel 3.12 Saya Tidak Kesulitan Mendapatkan Bakpia Kukus Tugu Jogja Malioboro Mall .....	110
Tabel 3.13 Bakpia Kukus Tugu Jogja Malioboro Mall Mudah Dilewati Oleh Transportasi Umum.....	112
Tabel 3.14 Saya Merasa Aman Berkunjung Ke Bakpia Kukus Tugu Jogja Malioboro Mall Untuk Membeli .....	113
Tabel 3.15 Saya Tertarik untuk Membeli Bakpia Kukus Tugu Jogja.....	114

Tabel 3.16 Saya Akan Menyarankan Orang Lain untuk Membeli Bakpia Kukus Tugu Jogja.....	116
Tabel 3.17 Saya Tertarik Membeli Bakpia Kukus Tugu Jogja Dibanding Merek Lain .....	117
Tabel 3.18 Sebelum Saya Membeli Bakpia Kukus Tugu Jogja, Saya Mencari Informasi Terlebih Dahulu .....	118
Tabel 3.19 Saya Yakin dalam Membeli Bakpia Kukus Tugu Jogja Selain Merek Lain .....	119
Tabel 3.20 Saya Memutuskan untuk Membeli Bakpia Kukus Jogja Setelah Mempertimbangkan Merek Lain .....	121
Tabel 3.21 Saya Membeli Bakpia Kukus Tugu Jogja Karena Produk Sesuai dengan Keinginan.....	122
Tabel 3.22 Deskriptif Rata-rata item Variabel Keputusan Pembelian.....	123
Tabel 3.23 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	126
Tabel 3.24 <i>Cross Loading</i> .....	127
Tabel 3.25 <i>Composite Reliability</i> .....	128
Tabel 3.26 Koefisien Determinasi.....	129
Tabel 3.27 Hasil Pengujian Hipotesis .....	133

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Popularitas Bakpia Khas Yogyakarta.....	4
Gambar 1.2 Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi .....	5
Gambar 1.3 Ulasan <i>Google Review</i> .....	9
Gambar 1.4 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 1.5 Langkah-langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 1.6 Empat Komponen dalam Bauran Pemasaran .....	22
Gambar 1.7 Bagan Saluran Distribusi Barang .....	32
Gambar 1.8 Kerangka Pemikiran.....	75
Gambar 1.9 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli .....	76
Gambar 1.10 Pengaruh Distribusi terhadap Minat Beli.....	76
Gambar 1.11 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	77
Gambar 1.12 Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian .....	77
Gambar 1.13 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	78
Gambar 1.14 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	78
Gambar 1.15 Pengaruh Distribusi terhadap Minat Beli .....	79
Gambar 1.16 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	79
Gambar 1.17 Model Hipotesis .....	79
Gambar 1.18 Diagram Jumlah Penduduk Indonesia Tahun 2019.....	84
Gambar 2.1 Logo Bakpia Kukus Tugu Jogja.....	93
Gambar 2.2 Brownies Coklat.....	95
Gambar 2.3 Brownies Keju.....	95
Gambar 2.4 Original Coklat.....	95
Gambar 2.5 Original Kacang Hijau .....	96
Gambar 2.6 Original Keju.....	96
Gambar 2.7 Bolu Kukus Tugu Jogja Rasa Coklat dan Susu.....	96
Gambar 2.8 Bolu Kukus Tugu Jogja Rasa Ketan Pandan.....	96
Gambar 3.1 Diagram Jalur dengan Nilai <i>Loading Factor</i> .....	125
Gambar 3.2 Model PLS <i>Bootstrapping</i> .....	131