

DAFTAR ISI

KATA PENNGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN		
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	18
1.2.1 Identifikasi Masalah	18
1.2.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	19
1.3.1 Tujuan Penelitian	19
1.3.2 Manfaat Penelitian	20
1.4 Kerangka Pemikiran	20
1.5 Asumsi	31
1.6 Hipotesis	32
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		
2.1 Pemasaran dan Bauran Pemasaran	32
2.2 Produk, Bauran Produk dan Kualitas Produk	37
2.3 Keputusan Pembelian	51
2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1 Objek Penelitian	61
3.2 Jenis dan Metode Penelitian	62
3.2.1 Jenis Penelitian	62
3.2.2 Metode Penelitian	63
3.3 Operasionalisasi Variabel	63
3.4 Jenis dan Sumber Data	67
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	68
3.5.1 Populasi	68
3.5.2 Sampel	69
3.5.3 Teknik Sampling	71
3.6 Teknik Pengumpulan Data	73
3.7 Teknik Analisis Data	74
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian	76
3.8.1 Pengujian Validitas Data	78
3.8.2 Pengujian Reliabilitas Data	80
3.8.3 Analisis Regresi Linier	83

3.8.4 Rancangan Hipotesis	87
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	94
4.1.1 Sejarah Perkembangan PT. Badranaya Putra	95
4.1.2 Operasionalisasi usaha PT. Badranaya Putra	92
4.2.1.1 Ruang lingkup Kegiatan Perusahaan	98
4.1.2.2 Jenis sosis yang ditawarkan	113
4.1.2.3 Rencana pengembangan perusahaan	114
4.1.3 Struktur Organisasi dan Ketenaga kerjaan	115
4.1.3.1 Struktur Organisasi	115
4.1.3.2 Ketenaga Kerjaan	120
4.2. Analisis Karakteristik responden, pengalaman dan penilaian terhadap PT. Badranaya Putra	122
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden Sosis Badranaya	122
4.2.1.1 Karakteristik Responden Sosis Badranaya Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	123
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Jenis Pekerjaan	125
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir	127
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Penghasilan Perbulan	129
4.2.2 Analisis Pengalaman Responden Sosis Badranaya Putra Berdasarkan Alasan Pembelian Sosis Badranaya	131
4.2.3 Analisis Gambaran Penilaian Responden Terhadap Kualitas Produk Sosis Merek Badranaya (X)	134
4.2.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Durability Sosis Merek Badranaya	135
4.2.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Conformance Sosis Merek Badranaya	138
4.2.3.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Percivied</i> Sosis Merek Badranaya	142

4.2.3.4. Tanggapan Responden Terhadap <i>Sensory Characteristik</i>	146
4.2.4. Analisis Gambaran Responden Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Merek Badranaya (Y).....	149
4.2.4.1. Keputusan Pembelian Berdasarkan Produk.....	149
4.2.4.2. Keputusan Pembelian Berdasarkan Merek.....	152
4.2.4.3. Keputusan Pembelian Berdasarkan Saluran Pembelian.....	154
4.2.4.4. Keputusan Pembelian Berdasarkan waktu Pembelian.....	157
4.2.4.5. Keputusan Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	158
4.3. Pengujian Instrumen Penelitian	161
4.3.1. Analisis Regresi linier	161
4.3.2. Korelasi Antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	163
4.4. Pembahasan	166
4.4.1 Pembahasan Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk	166
4.3.3. Pembahasan Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	166
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	168
5.1 Kesimpulan	168
5.2 Rekomendasi	170
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Pertumbuhan Omset Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Indonesia Tahun 2001-2005	3
	1.2	Gambaran Investor Sektor industri Makanan dan Minuman Tahun 2003-31 oktober 2005	4
	1.3	Berbagai Merek dan Produk Makanan Beku	7
	1.4	Rekapitulasi Produksi Sosis PT. Badranaya Putra (dalam Kg) Tahun 2001 S.D 2006	9
	1.5	Data Penjualan Sosis Badranaya pada Swalayan di Kota Bandung tahun 2006 (dal mkg)	10
	1.6	Perkembangan hasil penjualan sosis badranaya pada pasar tradisional (dalam rupiah)	11
	1.7	Hasil Penjualan Sosis Badranaya di Swalayan Tahun 2004 s.d 2005 (dalam rupiah)	11
	3.1	Operasionalisasi Variabel	64
	3.2	Jenis Dan Sumber Data Penelitian	68
	3.3	Penyebaran Proposi Sampel Pada Setiap Minggu Untuk Konsumen Sosis Badranaya Di Yogya Departement Store	73
	3.4	Alternatif Jawaban Pertanyaan Menggunakan Skala Likert	74
	3.5	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden	76
	3.6	Hasil pengujian validitas variabel kualitas produk	78
	3.7	Hasil pengujian validitas variabel keputusan pembelian	79
	3.8	Hasil pengujian reliabilitas variabel kualitas produk (x) dan keputusan pembelian(y)	82
	3.6	Klasifikasi Koefisien Korelasi	82
	4.1	Jenis Produk Sosis Sapi Produksi PT.Badranaya Putra Bandung	115
	4.2	Jumlah Karyawan	120
	4.3	Gambaran responden sosis badranaya Berdasarkan jenis kelamin dan usia	123
	4.4	Gambaran responden sosis badranaya berdasarkan jenis kelamin dan jenis pekerjaan	126

4.5	Gambaran responden sosis badranaya berdasarkan jenis kelamin dan pendidikan terakhir	128
4.6	Gambaran responden sosis badranaya berdasarkan jenis kelamin dan penghasilan perbulan	129
4.7	Gambaran pengalaman responden sosis badranaya berdasarkan alasan pembelian	132
4.8	Gambaran tanggapan responden terhadap kualitas sosis badranaya berdasarkan <i>durability</i>	135
4.9	Gambaran tanggapan responden terhadap kualitas sosis badranaya berdasarkan <i>conformance</i>	139
4.10	Gambaran tanggapan responden terhadap kualitas sosis badranaya berdasarkan <i>perceived</i>	143
4.11	Gambaran tanggapan responden terhadap kualitas sosis badranaya berdasarkan <i>Sensory characteristics</i>	147
4.12	Gambaran keputusan pembelian responden sosis badranaya berdasarkan produk	150
4.13	Gambaran keputusan pembelian responden sosis badranaya berdasarkan merek	152
4.14	Gambaran keputusan pembelian responden sosis badranaya berdasarkan saluran pembelian	154
4.15	Gambaran keputusan pembelian responden sosis badranaya berdasarkan waktu pembelian	157
4.16	Gambaran keputusan pembelian responden sosis badranaya berdasarkan jumlah pembelian 1	159
4.17	Gambaran keputusan pembelian responden sosis badranaya berdasarkan jumlah pembelian 2	160
4.18	Output Koefisien Regresi	162
4.19	Output Anova	162
4.20	Korelasi Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Model Perilaku Pembelian	26
	1.2	Kerangka Pemikiran	30
	1.3	Paradigma Penelitian	31
	2.1	Konsep-konsep Dasar Pemasaran	34
	2.2	Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran	37
	2.3	Pengertian Produk	38
	2.4	Lima Level Produk	40
	2.5	Pengambilan Keputusan Bersifat Kebiasaan	54
	2.6	Proses Pengambilan Keputusan Terbatas	54
	2.7	Proses Pengambilan Keputusan Luas	55
	2.8	Model Perilaku Pembelian	57
	2.9	Komponen Tawaran Pasar	61
	4.1	Karakteristik responden sosis badranaya berdasarkan jenis kelamin dan usia	124
	4.2	Karakteristik responden sosis badranaya berdasarkan jenis kelamin dan jenis pekerjaan	126
	4.3	Karakteristik responden sosis badranaya berdasarkan jenis kelamin dan Pendidikan Terakhir	121
	4.4	Karakteristik responden sosis badranaya berdasarkan jenis kelamin dan Penghasilan perbulan	128
	4.5	Pengalaman responden berdasarkan alasan pembelian sosis merek badranaya	130
	4.6	Gambaran tanggapan responden terhadap kualitas sosis badranaya berdasarkan <i>durability</i>	132
	4.7	Gambaran tanggapan responden terhadap kualitas sosis badranaya berdasarkan <i>conformance</i>	136
	4.8	Gambaran tanggapan responden terhadap kualitas sosis badranaya berdasarkan <i>perceived</i>	140
	4.9	Gambaran tanggapan responden terhadap kualitas sosis badranaya berdasarkan <i>sensory characteristics</i>	144
	4.10	Gambaran keputusan pembelian	147

	responden	sisis	badranaya	
	berdasarkan	produk		
4.11	Gambaran	keputusan	pembelian	
	responden	sisis	badranaya	
	berdasarkan	merek		
			 150
4.12	Gambaran	keputusan	pembelian	
	responden	sisis	badranaya	
	berdasarkan	saluran	pembelian	
			 153
4.13	Gambaran	keputusan	pembelian	
	responden	sisis	badranaya	
	berdasarkan	waktu	pembelian	
			 155
4.14	Gambaran	keputusan	pembelian	
	responden	sisis	badranaya	
	berdasarkan	jumlah	pembelian 1	
			 157
4.15	Gambaran	keputusan	pembelian	
	responden	sisis	badranaya	
	berdasarkan	jumlah	pembelian	
			 159
4.16	Komponen	Tawaran	Pasar	
	(Penjelasan)		 160

DAFTAR GRAFIK

Grafik	1.1	Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung	2
	4.1	Persamaan Regresi Linier Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	163

