

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
TAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	17
1.3 Rumusan Penelitian.....	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Kegunaan Penelitian.....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	20
2.1.1 Pemasaran.....	20
2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa ( <i>marketing mix</i> ).....	21
2.1.3 Karakteristik Jasa.....	26
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.4.1 Pengertian Kualitas ( <i>Quality</i> ).....	29
2.1.4.2 Pengertian Pelayanan.....	31
2.1.4.3 Pengeretian Kualitas Pelayanan.....	34
2.1.4.4 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	36
2.1.5 Keputusan Pembelian Konsumen .....	37
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	37
2.1.5.2 Tiga Tipe Situasi Pembelian.....	39
2.1.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bisnis.....	39
2.1.5.4 Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	41
2.1.5.5 Peranan Konsumen dalam Membeli.....	44
2.1.5.6 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	44
2.1.5.7 Dimensi Keputusan Pembelian.....	47
2.1.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Distributor Terhadap Keputusan Pembelian Bisnis.....	48
2.1.7 Resume Penelitian Pendahuluan.....	52
2.2 Kerangka Pemikiran.....	54
2.3 Hipotesis.....	61
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian.....	63
3.2 Metode Penelitian.....	63
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan.....	63
3.2.3.1 Jenis Penelitian.....	63
3.2.3.2 Metode Penelitian.....	65

3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	66
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	70
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	71
3.2.4.1	Populasi.....	71
3.2.4.2	Sampel.....	73
3.2.4.3	Teknik Penarikan Sampel.....	74
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	78
3.2.6.1	Pengujian Validitas.....	79
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas.....	85
3.3	Rancangan Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	87
3.2.7	Teknik Analisis Data.....	87
3.3.1.1	Rancangan Analisis Deskriptif.....	87
3.3.1.2	Rancangan Analisis Verifikatif.....	88
3.2.8	Rancangan Pengujian Hipotesis.....	89
3.3.2.1	Analisis Korelasi.....	89
3.3.2.2	Asumsi Analisis Regresi.....	91
3.3.2.3	Analisis Regresi Sederhana.....	93
3.3.2.4	Mencari Koefisien Determinasi.....	94
3.3.2.5	Rancangan Uji Hipotesis.....	95
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>97</b>
4.1	Gambaran Umum Distributor AMDK Quelle.....	97
4.1.1	Sejarah Terciptanya AMDK Merek Quelle.....	97
4.1.2	Sejarah perkembangan Distributor AMDK Merek Quelle.....	99
4.1.3	Wilayah Operasional dan Pemasaran.....	101
4.1.3	Nama dan alamat distributor AMDK Merek Quelle.....	101
4.2	Karakteristik Responden.....	102
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	103
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	104
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	105
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjalinkan Hubungan Dengan Distributor.....	106
4.3	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Distributor.....	108
4.3.1	<i>Tangible</i> .....	109
4.3.2	<i>Emphaty</i> .....	113
4.3.3	<i>Reliability</i> .....	118
4.3.4	<i>Responsiveness</i> .....	124
4.3.5	<i>Assurance</i> .....	128
4.4	Tanggapan Responden Dalam Keputusan Pembelian Bisnis.....	135
4.4.1	Pertimbangan Pembelian Bisnis Berdasarkan Pemilihan Produk....	135
4.4.2	Pertimbangan Pembelian Bisnis Berdasarkan Pemilihan Merek....	141
4.4.3	Pertimbangan Pembeli Berdasarkan Pilihan Penyalur (Distributor)..	145
4.4.4	Pertimbangan Pembeli Berdasarkan Penentuan Waktu Pembelian...	154
4.4.5	Pertimbangan Pembeli Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	158
4.5	Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan Distributor Terhadap Keputusan Pembelian Bisnis.....	163
4.5.1	Analisis Korelasi.....	164

4.5.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	166
4.5.3	Koefisien Determinasi.....	169
4.6	Pembahasan.....	170
4.6.1	Gambaran Kualitas Pelayanan Distributor.....	170
4.6.2	Gambaran keputusan pembelian bisnis.....	174
4.6.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan distributor terhadap Keputusan Pembelian bisnis.....	179
4.7	Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis .....	181
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDAS</b>		
5.1	Kesimpulan .....	186
5.2	Rekomendasi .....	187
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>189</b>



## DAFTAR TABEL

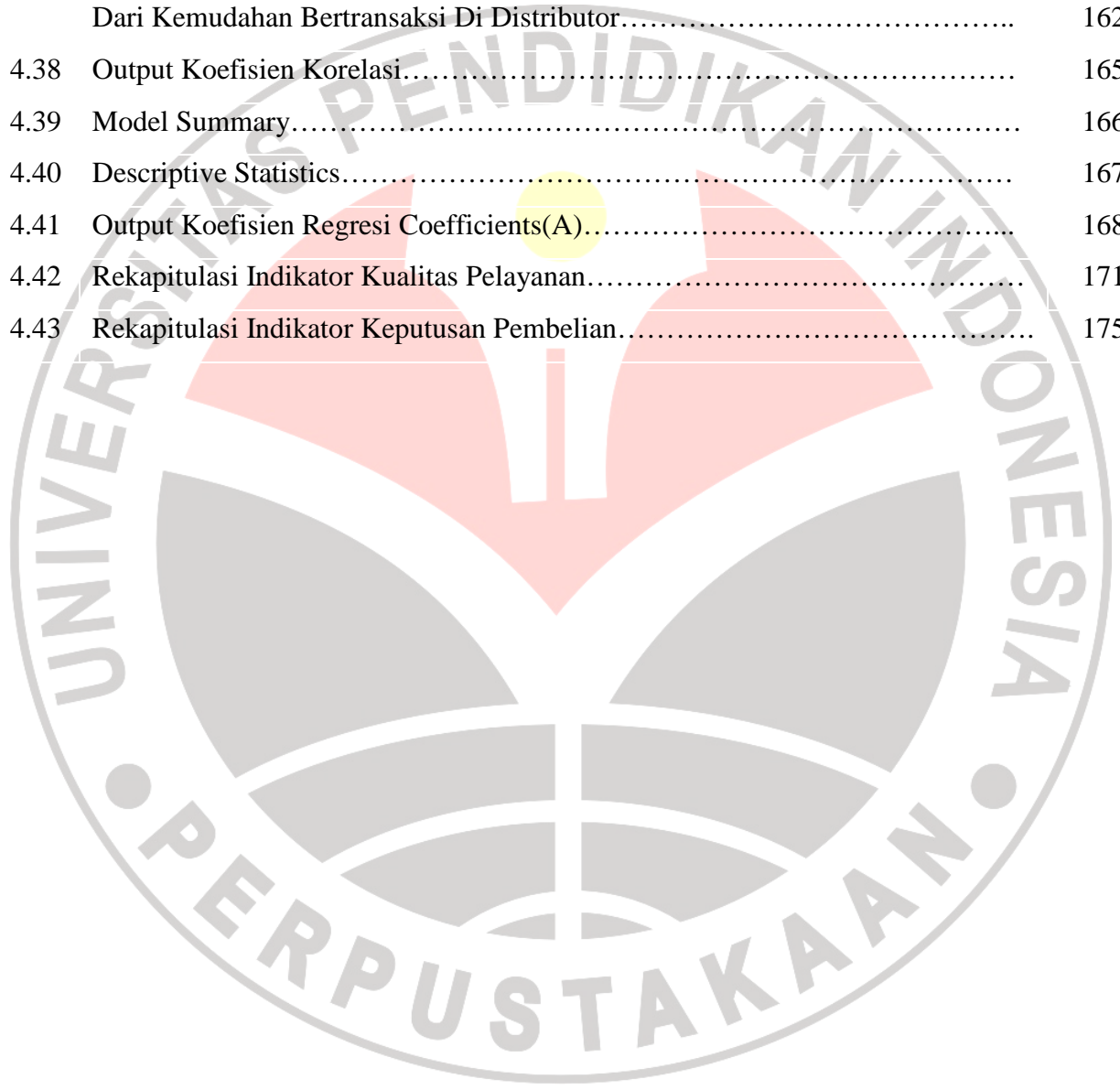
1.1	Jumlah air bersih yang disalurkan kepada pelanggan PDAM 2005–2008.....	7
1.2	Luas daerah dan tingkat kepadatan penduduk propinsi banten pada tahun 2008.....	8
1.3	Strategi-Strategi Yang Dilakukan Distributor Amdk Quelle.....	13
2.1	Definisi Bauran Pemasaran.....	22
2.2	Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	42
2.3	Penelitian Pendahuluan.....	52
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	67
3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	71
3.3	Jumlah <i>Retailer</i> AMDK Quelle.....	72
3.4	Penarikan Sampel Pada Tiap Kecamatan.....	76
3.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	80
3.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	83
3.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	86
3.8	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	88
3.9	Skor Item Pertanyaan.....	89
3.10	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	90
3.11	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Pengaruh (Guilford).....	95
4.1	Nama Distributor Dan Alamat Distributor Ari Minum Dalam Kemasan Merek Quelle Pada Daerah Cilegon.....	102
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	103
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	104
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	105
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjalin Hubungan Dengan Distributor.....	107
4.6	Skor Item Pertanyaan.....	109
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ketersediaan Produk Pada Distributor Amdk Quelle.....	109

4.8	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ketersediaan Alat Transpotasi Untuk Pengiriman Produk Pada Distributor Amdk Quelle.....	110
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ketersediaan Layanan <i>Telephone Customer Service</i> Pada Distributor Amdk Quelle.....	112
4.10	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemudahan Pemesanan Pada Distributor Amdk Quelle.....	113
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kecepatan Dalam Memproses Pemesanan Produk Pada Tiap Distributor Pada Distributor Amdk Quelle,.....	114
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemudahan Bertransaksi Pada Distributor Amdk Quelle.....	116
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Distributor Dalam Memenuhi Pesanan Produk Pada Distributor Amdk Quelle.....	118
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemampuan Distributor Dalam Memberikan Pemeliharaan Produk Agar Terjaga Kualitasnya Pada Distributor Amdk Quelle.....	119
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ketepatan Dalam Pemeliharaan Terhadap Produk Yang Diberikan Oleh Distributor Amdk Quelle.....	121
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemampuan Distributor Dalam Melaksanakan Ketepatan Jumlah Produk Yang Dipesan Dengan Yang Dikirim Pada Distributor Amdk Quelle.....	122
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemampuan Distributor Dalam Melaksanakan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Amdk Quelle.....	124
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemampuan Distributor Dalam Menangani Keluhan Pada Distributor Amdk Quelle.....	125
4.19	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ketepatan Distributor Dalam Menangani Keluhan Pada Distributor Amdk Quelle.....	126
4.20	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kecepattanggapan Distributor Terhadap Keluhan Pembeli Pada Distributor Amdk Quelle.....	128
4.21	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Keramahan Pegawai Dalam Melayani Pembeli Pada Distributor Amdk Quelle.....	129
4.22	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kerapihan Pegawai Dalam Berpenampilan Ketika Melayani Pembeli Pada Distributor Amdk Quelle.....	131
4.23	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kesopanan Pegawai Ketika Berbicara	



	Dalam Melayani Para Pembeli Pada Distributor Amdk Quelle.....	134
4.24	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi Keputusan Pembelian <i>Retailer</i> Dalam Memilih Produk Dilihat Dari Ketersediaan Produk Yang Ada Di Distributor Amdk Quelle.....	137
4.25	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi Keputusan Pembelian <i>Retailer</i> Dalam Memilih Produk Dilihat Dari Kelengkapan Produk Yang Ada Di Distributor Amdk Quelle.....	138
4.26	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi Keputusan Pembelian <i>Retailer</i> Dalam Memilih Produk Dilihat Dari Kemudahan Bertransaksi Pada Distributor Amdk Quelle.....	140
4.27	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi Keputusan Membeli Produk Berdasarkan Kepercayaan Terhadap Merek Amdk Quelle.....	143
4.28	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi Keputusan Pembelian <i>Retailer</i> Dalam Memilih Merek Produk Dilihat Dari Kualitasnya Pada Distributor Amdk Quelle.....	145
4.29	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi <i>Retailer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Lokasi Distributor Amdk Quelle.....	147
4.30	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi <i>Retailer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Pilihan Distributor Dilihat Dari Keramahan Pegawai Dalam Melayani Pembeli.....	148
4.31	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi <i>Retailer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Pilihan Distributor Dilihat Dari Kecepatangapan Distributor Terhadap Keluhan Pembeli.....	150
4.32	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi <i>Retailer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Pilihan Distributor Dilihat Dari Kesopanan Pegawai Ketika Melayani Para Pembeli Pada Distributor.....	152
4.33	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi <i>Retailer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Pilihan Distributor Dilihat Dari Ketersediaan Alat Transpotasi Untuk Pengiriman Produk.....	154
4.34	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Intensitas Pembelian Produk Di Distributor Yang Dilakukan Oleh <i>Retailer</i> .....	156
4.35	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi <i>Retailer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Waktu Pembelian Dilihat Dari Kemampuan Distributor	

	Dalam Melaksanakan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang.....	157
4.36	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi <i>Retailer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Banyaknya Jumlah Produk Yang Ingin Di Beli Dilihat Dari Ketersediaan Produk Yang Ada.....	160
4.37	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Persepsi <i>Retailer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Banyaknya Jumlah Produk Yang Ingin Di Beli Dilihat Dari Kemudahan Bertransaksi Di Distributor.....	162
4.38	Output Koefisien Korelasi.....	165
4.39	Model Summary.....	166
4.40	Descriptive Statistics.....	167
4.41	Output Koefisien Regresi Coefficients(A).....	168
4.42	Rekapitulasi Indikator Kualitas Pelayanan.....	171
4.43	Rekapitulasi Indikator Keputusan Pembelian.....	175



## DAFTAR GAMBAR

1.1	Indeks Rata-Rata Kinerja Produk Dari 2007-2009 Per Sektor Industri.....	2
1.2	Perkiraan <i>Market Size</i> Industri Minuman Tahun 2009.....	4
		3
1.3	Perkiraan Pangsa Pasar Merek AMDK Di Indonesia.....	5
1.4	Rata-Rata & Perkiraan Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Di Indonesia ( Dalam Miliar Liter).....	6
1.5	Pangsa Pasar Amdk Di Cilegon 2009.....	10
1.6	Volume Penjualan Amdk Merek Quelle Tahun 2001-2009 Di Daerah Cilegon.....	11
1.7	Persentase Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Quelle Berdasarkan Jenis Saluran Distribusinya.....	12
2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Pelayanan Distributor Terhadap Keputusan Pembelian Bisnis.....	60
2.2	Kerangka Penelitian Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan Distributor Terhadap Keputusan Pembelian Bisnis Amdk Quelle.....	61
4.1	Diagram Garis Linier Kualitas Pelayanan Distributor Terhadap Keputusan Pembelian Bisnis Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Quelle.....	169
4.2	Hasil Kontinum Kualitas Pelayanan Distributor.....	173
4.3	Hasil Kontinum Kualitas Pelayanan Distributor.....	178