

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Strategi Pemasaran	18
2.2.2 Cita Rasa.....	22
2.2.3 Brand Image	27
2.2.4 Minat Beli Konsumen.....	32
2.3 Hubungan Antara Strategi Pemasaran, Cita Rasa, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen.....	37
2.4 Kerangka Berfikir.....	38
2.5 Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	42
3.1.1 Waktu Penelitian.....	42
3.1.2 Lokasi Penelitian	42
3.2 Jenis Penelitian	42
3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sampel	44
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
3.4.1 Jenis Data.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6 Operasional Variabel.....	47
3.7 Metode Analisis Data	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Reabilitas	52
3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	53
3.7.4 Uji Korelasi Berganda	53
3.7.5 Koefisien Determinasi (R ²).....	54
3.7.6 Uji t.....	55
3.7.7 Uji F.....	56
3.8 Pengolahan Data Menggunakan Software SPSS.....	57
3.9 Jadwal Penelitian.....	59
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	60
4.1 Sejarah singkat perusahaan	60
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	61
4.3 Aspek Produksi.....	62
4.4 Aspek Personalia	65
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
5.1 Karakteristik Responden	67
5.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
5.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
5.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	68

5.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	69
5.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	69
5.2.1. Persepsi responden terhadap Strategi Pemasaran (X_1).....	70
5.2.2. Persepsi responden terhadap Cita Rasa (X_2)	71
5.2.3. Persepsi responden terhadap <i>Brand Image</i> (X_3).....	72
5.2.4. Persepsi responden terhadap Minat Beli (Y).....	73
5.3 Analisa Data	74
5.3.1. Uji Kualitas Data	74
5.3.2. Uji Asumsi Klasik	76
5.3.3. Uji Regresi Linear Berganda	79
5.3.4. Uji Korelasi Berganda	81
5.3.5. Uji Koefisien Determinasi / <i>R Square</i> (R^2)	82
5.3.6. Uji t (Parsial)	84
5.3.7. Uji F (Simultan).....	87
5.4 Interpretasi Hasil Penelitian	88
5.5 Pembahasan Hasil.....	91
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	92
6.1 Kesimpulan.....	92
6.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Data Penjualan Home Industri Kemplang di Desa Lukrejo.....	44
Tabel 3. 2 Skor Jawaban Responden.....	47
Tabel 3. 3 Interpretasi Nilai R.....	54
Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian.....	59
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	68
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	69
Tabel 5. 5 Persepsi Responden terhadap Stratregi Pemasaran (X1)	70
Tabel 5. 6 Persepsi Responden terhadap Cita Rasa (X2).....	71
Tabel 5. 7 Persepsi Responden terhadap Brand Image (X3)	72
Tabel 5. 8 Persepsi responden terhadap Minat Beli (Y)	73
Tabel 5. 9 Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 5. 10 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 5. 11 Hasil Output Uji Normalitas Data.....	77
Tabel 5. 12 Hasil Ouput Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 5. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	80
Tabel 5. 14 Uji Korelasi Berganda.....	81
Tabel 5. 15 Pedoman Derajat Hubungan	82
Tabel 5. 16 Interval Koefisien.....	83
Tabel 5. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83
Tabel 5. 18 Hasil Output Uji t.....	84
Tabel 5. 19 Hasil Output Uji F.....	87

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir.....	39
-----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1	Dearah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Berdasarkan uji t	56
Gambar 3. 2	Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F.....	57
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi	61
Gambar 5. 1	Normal Probability Plot.....	77
Gambar 5. 2	Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Gambar 5. 3	Kurva Uji t (X1)	85
Gambar 5. 4	Kurva Uji t (X2)	86
Gambar 5. 5	Kurva Uji t (X3).....	86
Gambar 5. 6	Kurva Uji F.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	99
LAMPIRAN 2 IDENTITAS RESPONDEN.....	103
LAMPIRAN 3 DATA BASE RESPONDEN.....	106
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS.....	110
LAMPIRAN 5 HASIL UJI RELIABILITAS.....	111
LAMPIRAN 6 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI.....	112
LAMPIRAN 7 HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA.....	112
LAMPIRAN 8 HASIL UJI F.....	112
LAMPIRAN 9 HASIL UJI T.....	112
LAMPIRAN 10 HASIL UJI KORELASI BERGANDA.....	113
LAMPIRAN 11 HASIL UJI ASUMSI KLASIK.....	113
LAMPIRAN 12 TABEL r.....	116
LAMPIRAN 13 TABEL t.....	118
LAMPIRAN 14 TABEL F.....	121
LAMPIRAN 15 SURAT IJIN PENELITIAN.....	126
LAMPIRAN 16 SURAT BALASAN PENELITIAN.....	127
LAMPIRAN 17 BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	128
LAMPIRAN 18 SURAT KETERANGAN TES KESAMAAN.....	130