

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | |
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| SURAT KETERANGAN TIDAK PLAGIAT | |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | |
| RIWAYAT PENELITI..... | |
| ABSTRAK | |
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| DAFTAR TABEL | iv |
| DAFTAR GAMBAR..... | vi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 13 |
| C. Rumusan Masalah..... | 14 |
| D. Tujuan Penelitian | 14 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 15 |
| F. Kerangka Pemikiran..... | 16 |
| G. Hipotesis..... | 34 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 35 |

| | |
|---|------------|
| A. Manajemen..... | 35 |
| B. Manajemen Pemasaran..... | 38 |
| C. Keputusan Pembelian..... | 43 |
| D. Citra Merek | 50 |
| E. Harga..... | 55 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 62 |
| A. Metode Penelitian..... | 62 |
| B. Populasi dan Sampel | 64 |
| C. Jenis Data dan Sumber Data | 68 |
| D. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel | 71 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 76 |
| F. Analisis Data | 77 |
| G. Pengujian Instrumen Data..... | 78 |
| H. Tempat dan Jadwal Penelitian..... | 87 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 89 |
| A. Profil Teh Botol Sosro | 89 |
| B. Hasil Penelitian | 94 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian | 115 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 123 |
| A. Kesimpulan | 123 |
| B. Saran..... | 125 |
| DAFTAR PUSTAKA | 128 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 1.1 Perusahaan Teh dalam Kemasan di Indonesia..... | 4 |
| Tabel 1.2 Penjualan Teh Dalam Kemasan | 5 |
| Tabel 1.3 Teh Dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2017..... | 7 |
| Tabel 1.4 Teh Dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2018..... | 7 |
| Tabel 1.5 Data Volume Penjualan Teh Botol Sosro 2015 -2017..... | 9 |
| Tabel 1.6 Daftar Pernyataan Mini Kuesioner | 24 |
| Tabel 1.7 Penelitian Terdahulu | 24 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel..... | 73 |
| Tabel 3.2 Koefisiensi dan Tingkat Hubungan | 82 |
| Tabel 3.3 Jadwal Penelitian..... | 88 |
| Table 4.1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 95 |
| Table 4.2 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Usia | 96 |
| Table 4.3 Profil Responden Berdasarkan Angkatan Responden | 98 |
| Table 4.4 Output Statistik Deskriptif | 99 |
| Table 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)..... | 100 |
| Table 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2) | 101 |
| Table 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 102 |
| Table 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X_1)..... | 103 |
| Table 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2) | 104 |
| Table 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 104 |
| Table 4.11 Hasil Uji Korelasi..... | 106 |
| Table 4.12 Output Regresi | 108 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Table 4.13 Output Uji F | 113 |
| Table 4.14 Koefisien Determinasi..... | 114 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Model Penelitian | 23 |
| Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran..... | 40 |
| Gambar 2.2 Struktur Aliran dalam Ekonomi Pertukaran Modern | 42 |
| Gambar 2.3 Pelaku dan Kekuatan Utama dalam Sistem Pemasaran Model..... | 42 |
| Gambar 2.4 Tahap Proses keputusan Pembelian | 45 |
| Gambar 4.1 Tahap Perkembangan Teh Botol Sosro..... | 45 |
| Gambar 4.2 Visi Misi Teh Botol Sosro..... | 93 |

