

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIARISME.....	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	16
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian.....	17
E. Manfaat Penelitian.....	17
1. Manfaat Teoritis.....	17
2. Manfaat Praktis	18
a. Bagi Penulis	18
b. Bagi Perusahaan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Kajian Penelitian Terdahulu	19
B. Konsep dan Teori	30
1. Grand Theory	31
a. Manajemen.....	31
1) Pengertian Manajemen	31
2) Tujuan Manajemen.....	34

3) Fungsi Manajemen	35
4) Bentuk-bentuk Manajemen	37
5) Manfaat Manajemen.....	38
2. Middle Theory	39
a. Manajemen Pemasaran.....	39
1) Pengertian Manajemen Pemasaran.....	39
2) Tujuan Manajemen Pemasaran	41
3) Fungsi Manajemen Pemasaran	41
4) Manfaat Manajemen Pemasaran	42
5) Bauran Pemasaran	43
C. Kualitas Produk	46
1. Pengertian Produk	46
2. Klasifikasi Produk	46
3. Pengertian Kualitas Produk	50
D. Harga.....	52
1. Pengertian Harga.....	52
2. Penetapan Harga	53
3. Tujuan Penetapan Harga.....	55
4. Strategi Penetapan Harga.....	56
5. Indikator Harga	58
E. Promosi	59
1. Pengertian Promosi	59
2. Bauran Promosi.....	60
3. Manfaat Promosi.....	62
4. Indikator Promosi	62
F. Keputusan Pembelian	62
1. Pengertian Keputusan Pembelian	62
2. Indikator Keputusan Pembelian.....	63
G. Kerangka Berpikir	65
H. Hipotesis	69
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	70

A.	Metode dan Pendekatan Penelitian.....	70
1.	Metode Penelitian	70
2.	Pendekatan Penelitian	70
B.	Jenis Data dan Sumber Data.....	72
1.	Jenis Data.....	72
a.	Kuantitatif	72
b.	Kualitatif	72
2.	Sumber Data	73
a.	Data Primer	73
b.	Data Sekunder	73
C.	Populasi dan Sampel.....	74
1.	Populasi.....	74
2.	Sampel	75
D.	Operasionalisasi Variabel.....	76
1.	Variabel Independen (X)	77
2.	Variabel Dependen (Y).....	77
E.	Teknik Pengumpulan Data	80
F.	Teknik Analisis Data	81
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	81
2.	Uji Validitas	82
3.	Uji Reliabilitas	84
4.	Uji Koefisien Korelasi	85
5.	Analisis Regresi Linear Berganda	89
6.	Uji Hipotesis	89
a.	Uji Parsial (Uji t).....	89
a.	Uji Simultan (Uji f).....	91
7.	Koefisien Determinasi	92
G.	Tempat dan Jadwal Penelitian.....	93
1.	Tempat Penelitian	93
2.	Jadwal Penelitian	93
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		95

A.	Gambaran Umum Madu Perhutani.....	95
	1. Sejarah Perhutani	95
	2. Visi, Misi, dan Tata Nilai Perhutani	96
	3. Logo Perhutani.....	97
	4. Kepemilikan Saham Perhutani.....	97
	5. Tugas dan Fungsi Perusahaan Perhutani	97
	6. Profil Perhutani	99
	7. Unit Bisnis Perhutani	99
	8. Struktur Organisasi Pusat Perhutani	101
B.	Deskripsi Data	101
	1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	102
	a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
	b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	104
	2. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	105
	a. Tanggapan Mengenai Kualitas Produk (X1).....	107
	b. Tanggapan Mengenai Harga (X2).....	115
	c. Tanggapan Mengenai Promosi (X3)	121
	d. Tanggapan Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	127
C.	Hasil Analisis Data	132
	1. Uji Validitas	132
	2. Uji Reliabilitas	133
	3. Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	136
	4. Analisis Regresi Linear Berganda	138
	5. Uji Hipotesis	140
	a. Uji Parsial (Uji t).....	140
	1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Madu Perhutani	142
	2) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Madu Perhutani	143
	3) Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Madu Perhutani	144

b. Uji Simultan (Uji f)	145
6. Koefisien Determinasi	147
D. Pembahasan	148
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Madu Perhutani	148
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Madu Perhutani	150
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	153
4. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Promosi terhadap Keputusan Pembelian Madu Perhutani	155
BAB V PENUTUP	158
A. Kesimpulan	158
B. Saran	159
1. Bagi Perusahaan	159
2. Bagi Penulis Selanjutnya	160
3. Bagi Masyarakat Luas	160
DAFTAR PUSTAKA	161
LAMPIRAN	166
Lampiran 3: Distribusi r_{tabel} , t_{tabel} , f_{tabel}	168
Tabel Distriubsi r_{tabel}	168
1. Tabel Distribusi t_{tabel}	171
2. Tabel Distribusi f_{tabel}	174
Lampiran 6: Hasil Uji SPSS (Versi 25)	177
1. Hasil Statistik Deskriptif	177
2. Hasil Uji Reliabilitas	183
3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	183
4. Hasil Uji Hipotesis	184
5. Hasil Uji Koefisien Determinasi	185

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Produk Madu	5
Tabel 1.2	Perbandingan Kualitas Produk Madu	10
Tabel 1.3	Perbandingan Harga Produk Madu	12
Tabel 1.4	Mini Kuesioner Penelitian.....	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Tabel Operasional Variabel	71
Tabel 3.2	Skor Jawaban Kuesioner Skala Likert	73
Tabel 3.3	Skor Jawaban Kuesioner Skala Likert	74
Tabel 3.4	Klasifikasi Koefisien Reliabilitas	78
Tabel 3.5	Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi.....	80
Tabel 3.6	Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	86
Tabel 3.7	Jadwal Penelitian	87
Tabel 4.1	Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan Perhutani	89
Tabel 4.2	Unit Bisnis Perhutani	93
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	97
Tabel 4.5	Rentang Nilai & Kategori	98
Tabel 4.6	Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	98
Tabel 4.7	Pernyataan 1 “Manfaat madu perhutani berpengaruh secara efektif untuk imunitas tubuh”	100
Tabel 4.8	Pernyataan 2 “Kualitas produk madu perhutani memiliki khasiat jangka panjang”	100
Tabel 4.9	Pernyataan 3 “Kualitas madu perhutani yang sesuai dengan harga yang telah ditetapkan”	101
Tabel 4.10	Pernyataan 4 “Kemasan madu perhutani yang cukup menarik”	102
Tabel 4.11	Pernyataan 5 “kualitas produk madu perhutani yang dapat dipercaya khasiatnya bagi tubuh”	102

Tabel 4.12	Pernyataan 6 “madu perhutani memiliki kemasan yang cukup estetik”	103
Tabel 4.13	Pernyataan 7 “kualitas produk madu perhutani yang lebih baik daripada produk lain”.....	104
Tabel 4.14	Rekapitulasi hasil jawaban responden untuk Kualitas Produk	104
Tabel 4.15	Pernyataan 1 “Harga madu perhutani cukup terjangkau”.....	106
Tabel 4.16	Pernyataan 2 “Harga madu perhutani yang sesuai dengan kualitas produknya”.....	107
Tabel 4.17	Pernyataan 3 “Harga madu perhutani yang lebih murah dibanding dengan produk lain”.....	108
Tabel 4.18	Pernyataan 4 “Responden yang tidak masalah dengan harga madu perhutani karena madu perhutani berkhasiat untuk tubuh.”	108
Tabel 4.19	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Harga.....	109
Tabel 4.20	“Promosi penjualan madu perhutani melalui media sosial Instagram dan Tiktok serta secara langsung, dan lain-lain”	111
Tabel 4.21	“Promosi penjualan madu perhutani yang menggunakan sampel produk cukup menarik perhatian”.....	111
Tabel 4.22	“Promosi produk madu perhutani melalui komunikasi langsung dengan penjual cukup memikat perhatian untuk membeli”.....	112
Tabel 4.23	“Promosi produk madu perhutani yang dilakukan secara personal cukup menarik perhatian dan minat beli”	113
Tabel 4.24	“Tanggapan langsung yang diberikan penjual membuat responden tertarik untuk membeli produk”	113
Tabel 4.25	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Promosi	114
Tabel 4.26	“Pembelian madu perhutani karena kebutuhan”.....	116
Tabel 4.27	“Informasi tentang madu perhutani didapatkan melalui media sosial dan orang lain”	116
Tabel 4.28	“Memilih produk madu perhutani karena manfaat produk tersebut”	117
Tabel 4.29	“Pembelian produk madu perhutani karena harga yang lebih murah dibanding produk lain”	118

Tabel 4.30	“Perasaan puas pada produk madu perhutani dan akan melakukan <i>repeat order</i> ”.....	118
Tabel 4.31	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Keputusan Pembelian	119
Tabel 4.32	Hasil Uji Validitas	121
Tabel 4.33	Tabel Interpretasi Koefisien Reabilitas.....	122
Tabel 4.34	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)	123
Tabel 4.35	Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2)	123
Tabel 4.36	Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X2).....	124
Tabel 4.37	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	124
Tabel 4.38	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	125
Tabel 4.39	Koefisien Korelasi	125
Tabel 4.40	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	127
Tabel 4.41	Hasil Uji Parsial (Uji t)	130
Tabel 4.42	Hasil Uji Simultan (Uji f)	133
Tabel 4.43	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Daftar Hutan Terluas	1
Gambar 1.2	Produksi Madu Nasional (2016-2020).....	4
Gambar 1.3	Produk Madu Perhutani	9
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	62
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian	63
Gambar 4.1	Chart Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
Gambar 4.2	Chart Pie Responden Berdasarkan Usia (diedit lagi).....	97

