

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	ii
LEMBAR TRANSLITERASI.....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
1. Manfaat Teoritis .....	12
2. Manfaat Praktis.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Kajian Penelitian Terdahulu .....	14
B. Konsep dan Teori.....	17
1. Manajemen .....	17
2. Manajemen Pemasaran .....	21
3. Harga.....	23
4. Kualitas Produk .....	26
5. Citra Merek .....	28
6. Minat Beli.....	31
C. Kerangka Berpikir .....	34

D. Hipotesis.....	36
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN .....	37
A. Metode dan Pendekatan .....	37
B. Jenis dan Sumber Data.....	38
1. Jenis Data .....	38
2. Sumber Data.....	39
C. Populasi dan Sampel .....	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel.....	40
D. Operasionalisasi Variabel.....	42
1. Variabel Penelitian .....	42
2. Operasional Variabel .....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. <i>Library Research</i> (Studi Kepustakaan).....	46
2. Kuesioner .....	46
F. Teknik Analisis Data .....	48
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	48
2. Uji Validitas .....	48
3. Uji Reliabilitas.....	49
4. Uji Asumsi Klasik .....	50
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
6. Uji Hipotesis.....	54
7. Koefisien Determinasi .....	57
BAB IV .....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	58
B. Visi dan Misi .....	61
C. Struktur Organisasi .....	61
D. Hasil Penyebaran Kuesioner .....	62
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63

2.	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	64
3.	Profil Responden Berdasarkan Desa .....	65
4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
5.	Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Setiap Pembelian Baba Parfum .....	67
6.	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	68
E.	Hasil Analisis Deskriptif.....	69
1.	Tanggapan Responden Mengenai Harga ( $X_1$ ).....	69
2.	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	71
2.	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek ( $X_3$ ) .....	74
3.	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli (Y).....	76
F.	Hasil Analisis Data.....	79
1.	Uji Validitas .....	79
2.	Uji Reliabilitas.....	82
3.	Uji Asumsi Klasik .....	84
4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
5.	Uji Hipotesis.....	91
6.	Uji Koefisien Determinasi .....	98
G.	Pembahasan.....	99
1.	Pengaruh Harga ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli (Y) Konsumen Baba Parfum Indonesia di Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Purwakarta .....	99
2.	Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y) Konsumen Baba Parfum di Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Purwakarta .....	100
3.	Pengaruh Citra Merek ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y) Konsumen Baba Parfum di Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Purwakarta .....	102
4.	Pengaruh Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Citra Merek ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli Konsumen Baba Parfum di Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Purwakarta .....	105
BAB V.....		107
PENUTUP.....		107
A.	Kesimpulan.....	107

B. Saran .....	108
DAFTAR PUSTAKA .....	111
LAMPIRAN .....	117



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Parfum Lokal E-Commerce .....	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan Reseller Baba Parfum .....	6
Tabel 1. 3 Daftar Harga Parfum Lokal Non-Alkohol.....	7
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2. 2 Model Hierarki Respon .....	33
Tabel 3. 1 Data Penduduk Kecamatan Tegalwaru .....	40
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 3 <i>Alternative</i> Jawaban Kuesioner .....	47
Tabel 3. 4 Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas.....	50
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Desa.....	65
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	66
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Biaya Pembelian .....	67
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	68
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden untuk Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	70
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden untuk Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	72
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden untuk Variabel Citra Merek ( $X_3$ ) .....	75
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden untuk Variabel Minat Beli (Y).....	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Harga ( $X_1$ ).....	79
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Citra Merek ( $X_3$ ) .....	81
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y) .....	81
Tabel 4. 15 Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas.....	82
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Harga ( $X_1$ ) .....	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	83
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek ( $X_3$ ).....	83
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y) .....	84

Tabel 4. 20 Hasil Uji Normalitas .....	84
Tabel 4. 21 Hasil Uji Autokorelasi.....	85
Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinieritas.....	87
Tabel 4. 23 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	88
Tabel 4. 24 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	89
Tabel 4. 25 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	91
Tabel 4. 26 Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	96
Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	98
Tabel 4. 28 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi .....	98



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	34
Gambar 3. 1 Daerah Uji Durbin-Watson.....	52
Gambar 4. 1 Produk Baba Parfum Indonesia.....	59
Gambar 4. 2 Logo Baba Parfum Indonesia.....	61
Gambar 4. 3 Struktur Pemasaran Baba Parfum Indonesia .....	62
Gambar 4. 4 <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4. 5 <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4. 6 <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Desa.....	66
Gambar 4. 7 <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Pekerjaan .....	67
Gambar 4. 8 <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Rata-rata Biaya Pembelian .....	68
Gambar 4. 9 <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	69
Gambar 4. 10 Kontinum Harga ( $X_1$ ) .....	71
Gambar 4. 11 Kontinum Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	74
Gambar 4. 12 Kontinum Citra Merek ( $X_3$ ).....	76
Gambar 4. 13 Kontinum Minat Beli ( $Y$ ) .....	79
Gambar 4. 14 Wilayah Hasil Uji Durbin-Watson.....	87