

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA	
TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Batasan Masalah	10
1.3. Rumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.5.1. Manfaat Teoritis	13
1.5.2. Manfaat Praktis.....	13
BAB II	15

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. Manajemen Pemasaran	15
2.1.1.1. Bauran Pemasaran	16
2.1.2. Kesadaran Merek	18
2.1.2.1. Pengertian Kesadaran Merek	18
2.1.2.2. Indikator Kesadaran Merek.....	19
2.1.3. Harga.....	21
2.1.3.1. Pengertian Harga	21
2.1.3.2. Indikator Harga.....	22
2.1.4. Promosi	23
2.1.4.1. Pengertian Promosi.....	23
2.1.4.2. Indikator Promosi	24
2.1.5. Keputusan Pembelian	25
2.1.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.5.2. Indikator Keputusan Pembelian	27
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Pengembangan Hipotesis	32
2.3.1. Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.3. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.4. Model Penelitian	34
2.5. Bagan Alur Berpikir.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1. Jenis Penelitian	36
3.2. Populasi dan Sampel	37
3.2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37

3.2.2.	Populasi.....	37
3.2.3.	Sampel.....	38
3.3.	Metode Pengumpulan Data	39
3.4.	Definisi Variabel Oprasional dan Pengukuran Variabel	41
3.5.	Metode Analisis Data.....	44
3.5.1.	Statistik Deskriptif.....	44
3.5.2.	Uji Kualitas Data	46
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	47
3.5.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.5.5.	Uji Koefisien Determinasi.....	50
3.5.6.	Uji Hipotesis	51
3.5.6.1.	Uji Parsial (Uji T)	51
3.5.6.2.	Uji Simultan (Uji F)	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Gambaran Umum Ruang Sarca Medan	52
4.1.1.	Latar Belakang Ruang Sarca Medan	52
4.1.2.	Visi dan Misi Ruang Sarca Medan.....	53
4.1.2.1.	Visi.....	53
4.1.3.1.	Misi	53
4.1.4.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	54
4.2.	Hasil Penlitian.....	55
4.2.1.	Uji Instrumen Penelitian	55
4.2.1.1.	Uji Validitas Variabel	56
4.2.1.2.	Uji Reliabilitas Variabel.....	58
4.2.2.	Deskriptif Statistik	59
4.2.2.1.	Karakteristik Responden.....	60
4.2.2.2.	Penjelasan Responden pada Variabel Penelitian	63

4.2.2.3.	Mean, Median, Modus Butir Pertanyaan	85
4.2.2.4.	Mean, Median, Modus Variabel.....	89
4.2.3.	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	93
4.2.3.1.	Uji Normalitas	93
4.2.3.2.	Uji Multikolinieritas	95
4.2.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	96
4.2.4.	Analisis Regresi linear berganda	98
4.2.5.	Koefisien Determinasi	100
4.2.6.	Uji Hipotesis	100
4.2.6.1.	Uji Simultan/ Uji F	101
4.2.6.2.	Uji Parsial/ Uji T.....	102
4.3.	Pembahasan	104
4.3.1.	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
4.3.2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	105
4.3.3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	106
4.3.4.	Pengaruh Kesadaran Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	107
BAB V.....		109
KESIMPULAN		109
5.1.	Kesimpulan.....	109
5.2.	Rekomendasi	110
DAFTAR PUSTAKA		112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	2
Gambar 2. 1 Indikator Kesadaran Merek	20
Gambar 2. 2 Model Penelitian	34
Gambar 2. 3 Bagan Alur Berpikir	35
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Ruang Sarca Medan	54
Gambar 4. 2 Diagram Lingkaran Umur	60
Gambar 4. 3 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin	61
Gambar 4. 4 Diagram Lingkaran Mengunjungi Ruang Sarca Medan	62
Gambar 4. 5 Normal P-plot Regresi Standard Residual	93
Gambar 4. 6 Grafik Scatter Plot	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Menu dan Harga Produk Ruang Sarca Medan.....	9
Tabel 1.2 Fenomena Ruang Sarca Medan.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 1.....	29
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu 2.....	30
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu 3.....	31
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	40
Tabel 3. 2 Variabel Operasional Penelitian.....	43
Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek (X1).....	56
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	57
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	57
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4. 6 Variabel X1 Pertanyaan 1.....	63
Tabel 4. 7 Variabel X1 Pertanyaan 2.....	63
Tabel 4. 8 Variabel X1 Pertanyaan 3.....	64
Tabel 4. 9 Variabel X1 Pertanyaan 4.....	65
Tabel 4. 10 Variabel X1 Pertanyaan 5.....	65
Tabel 4. 11 Variabel X1 Pertanyaan 6.....	66
Tabel 4. 12 Variabel X1 Pertanyaan 7.....	67
Tabel 4. 13 Variabel X1 Pertanyaan 8.....	67

Tabel 4. 14 Variabel X2 Pertanyaan 9	68
Tabel 4. 15 Variabel X2 Pertanyaan 10	69
Tabel 4. 16 Variabel X2 Pertanyaan 11	70
Tabel 4. 17 Variabel X2 Pertanyaan 12	70
Tabel 4. 18 Variabel X2 Pertanyaan 13	71
Tabel 4. 19 Variabel X2 Pertanyaan 14	72
Tabel 4. 20 Variabel X2 Pertanyaan 15	72
Tabel 4. 21 Variabel X2 Pertanyaan 16	73
Tabel 4. 22 Variabel X3 Pertanyaan 17	74
Tabel 4. 23 Variabel X3 Pertanyaan 18	74
Tabel 4. 24 Variabel X3 Pertanyaan 19	75
Tabel 4. 25 Variabel X3 Pertanyaan 20	76
Tabel 4. 26 Variabel X3 Pertanyaan 21	76
Tabel 4. 27 Variabel X3 Pertanyaan 22	77
Tabel 4. 28 Variabel X3 Pertanyaan 23	78
Tabel 4. 29 Variabel X3 Pertanyaan 24	78
Tabel 4. 30 Variabel X3 Pertanyaan 25	79
Tabel 4. 31 Variabel X3 Pertanyaan 26	80
Tabel 4. 32 Variabel X3 Pertanyaan 27	81
Tabel 4. 33 Variabel X3 Pertanyaan 28	81
Tabel 4. 34 Variabel X3 Pertanyaan 29	82
Tabel 4. 35 Variabel X3 Pertanyaan 30	83
Tabel 4. 36 Variabel X3 Pertanyaan 31	83

Tabel 4. 37 Variabel X3 Pertanyaan 32	84
Tabel 4. 38 Variabel X3 Pertanyaan 33	85
Tabel 4. 39 Kelas Interval Butir Pertanyaan	86
Tabel 4. 40 Variabel Kesadaran Merek (X1)	86
Tabel 4. 41 Variabel Harga (X2)	87
Tabel 4. 42 Variabel Promosi (X3).....	88
Tabel 4. 43 Keputusan Pembelian (Y)	88
Tabel 4. 44 Kelas Interval Kesadaran Merek (X1).....	89
Tabel 4. 45 Kelas Interval Harga (X2).....	90
Tabel 4. 46 Kelas Interval Promosi (X3)	90
Tabel 4. 47 Kelas Interval Keputusan Pembelian (Y)	91
Tabel 4. 48 Deskriptif dari semua variabel	91
Tabel 4. 49 Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	94
Tabel 4. 50 Uji Multikolinieritas	95
Tabel 4. 51 Uji Spearman's rho	96
Tabel 4. 52 Analisis Regresi linear berganda.....	98
Tabel 4. 53 Uji Koefisien Determinasi	100
Tabel 4. 54 Uji Simultan/ Uji F	101
Tabel 4. 55 Uji Parsial / Uji T.....	102

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN.....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA PRE-TEST.....	B-1
LAMPIRAN C: TABULASI HASIL RESPONDEN.....	C-1
LAMPIRAN D: R TABEL.....	D-1
LAMPIRAN E: T TABEL.....	E-1
LAMPIRAN F: F TABEL.....	F-1
LAMPIRAN G: FOTO PERUSAHAAN.....	G-1
LAMPIRAN H: SURAT KETERANGAN RISET PERUSAHAAN.....	H-1

