

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	i
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	ii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	iv
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	vii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.3 Analisis STP .....	13
2.4 Keputusan Pembelian .....	16
2.5 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	20
2.6 Atribut Produk .....	24
2.7 Psikologis Konsumen .....	27
2.8 Hubungan <i>Marketing Mix</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.9 Hubungan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.10 Hubungan Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian..	34
2.11 Pandangan Islam.....	35
2.12 Penelitian Terdahulu .....	36
2.13 Variabel Penelitian .....	38
2.14 Kerangka Pemikiran.....	38
2.15 Operasional Variabel .....	39
2.16 Hipotesis Penelitian.....	41



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	42
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.4 Populasi dan Sampel .....	43
3.5 Metode Analisis Data .....	46
3.5.1 Skala Pengukuran .....	46
3.5.2 Analisis Kuantitatif .....	47
3.6 Uji Kualitas Data .....	47
3.6.1 Uji Validitas .....	47
3.6.2 Uji Realibilitas .....	48
3.6.3 Uji Normalitas Data .....	48
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	49
3.7.1 Uji Multikolinearitas .....	49
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas .....	49
3.7.3 Uji Autokorelasi .....	49
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
3.9 Uji Hipotesis .....	51
3.9.1 Uji Secara Parsial (Uji t) .....	51
3.9.2 Uji Secara Simultan (Uji F) .....	51
3.9.3 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	52

**BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

4.1 Profil Perusahaan .....	54
4.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	55
4.3 Struktur Organisasi .....	55
4.4 Aktivitas DND Bakery .....	57

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1 Hasil Penelitian .....	59
5.2 Deskripsi Responden .....	59
5.2.1 Responden Berdasarkan Alamat Toko .....	59

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.3 Deskripsi Variabel.....	60
5.3.1 <i>Marketing Mix</i> ( $X_1$ ) .....	60
5.3.2 Atribut Produk ( $X_2$ ).....	62
5.3.3 Psikologis Konsumen ( $X_3$ ).....	63
5.3.4 Keputusan Pembelian .....	65
5.3.5 Rekapitulasi Jurnal Variabel .....	67
5.4 Uji Kualitas Data.....	68
5.4.1 Uji Validitas .....	68
5.4.2 Uji Realibilitas .....	69
5.4.3 Uji Normalitas data .....	70
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	72
5.5.1 Uji Multikolinearitas .....	72
5.5.2 Uji Heterokedastisitas .....	73
5.5.3 Uji Autokorelasi .....	74
5.6 Regresi Linier Berganda .....	75
5.7 Uji Hipotesis.....	77
5.7.1 Uji t Hitung (Uji Parsial).....	77
5.7.2 Uji F Hitung (Uji Simultan).....	79
5.7.3 Uji Koefisien Determinasi.....	80
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan .....	82
6.2 Saran.....	83

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Gambar Produk DND Bakery .....	5
Gambar 2.1: Proses Pengambilan Keputusan .....	18
Gambar 2.2: Karakteristik yang mempengaruhi Pembelian Konsumen .	34
Gambar 2.3: Kerangka Pemikiran Penelitian .....	38
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Pabrik Roti DND Bakery .....	55
Gambar 4.2 : Bagan Alir Proses Produksi .....	57
Gambar 5.1 : Hasil Uji Normalitas Variabel Dependen.....	71
Gambar 5.2: Hasil Uji Normalitas Variabel Dependen.....	71
Gambar 5.3: Grafik Scatterplot .....	74

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.