DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**
TANDA PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian 1
1.2.Identifikasi Masalah 7
1.3.Perumusan Masalah 7
1.4.Tujuan Penelitian 7
1.5.Manfaat Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1 Landasan Teori 9
2.1.1. Manajemen 9
2.1.2. Pemasaran 13
2.1.3. Manajemen Pemasaran 17
2.1.4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 23
2.1.5. Kualitas Produk 26
2.1.5.1. Definisi Kualitas Produk 26
2.1.5.2. Tujuan Kualitas Produk 28
2.1.5.3. Manfaat Kualitas Produk 28
2.1.5.4. Dimensi Kualitas Produk 30
2.1.5.5. Indikator Kualitas Produk 31
2.1.6. Keputusan Pembelian 32
2.1.6.1. Definisi Keputusan Pembelian 32
2.1.6.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 32

2.1.6.3. Dimensi Keputusan Pembelian 36
2.2 Hubungan Antar Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian 38
2.3 Penelitian Terdahulu 38
2.4 Kerangka Pemikiran 39
2.5 Hipotesis Penelitian 39
2.6 Metode Penelitian 40
2.6.1. Jenis Data 40
2.6.2. Sumber Data 40
2.6.3. Metode Pengumpulan Data 41
2.6.4. Populasi dan Sampel 42
2.7 Metode Analisis Data 43
2.8 Uji Hipotesis t 45
2.9 Koefisien Korelasi dan Determinasi 46
2.10 Operasional Variabel 48

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah PT. Patria Anugrah Sentosa 50
3.2 Visi dan Misi PT. Patria Anugrah Sentosa 51
3.3 Struktur Organisasi PT. Patria Anugrah Sentosa 51
3.4 Ruang Lingkup Usaha 54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 61
4.1.1. Karakteristik Responden 61
4.1.2. Kualitas Produk 64
4.1.2.1. Kinerja 64
4.1.2.2. Fitur 65
4.1.2.3. Kesesuaian dengan spesifikasi 66
4.1.2.4. Ketahanan 67
4.1.2.5. Kehandalan 68
4.1.2.6. *Service ability* 59
4.1.2.7. Estetika 70
4.1.2.8. Kualitas yang dipersepsikan 71
4.1.3. Keputusan Pembelian 73
4.1.3.1. Pilihan produk 73
4.1.3.2. Pilihan merek 74
4.1.3.3. Pemilihan penyalur 74
4.1.3.4. Jumlah pembelian 75
4.1.3.5. Penentuan waktu kunjungan 76
4.1.3.6. Metode pembayaran 77
4.1.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Honda Vario pada PT. Patria Anugrah 79
4.1.4.1. Persamaan Regresi Linier Sederhana 79
4.1.4.2. Koefisien Korelasi 80
4.1.4.3. Koefisien Determinasi 80
4.1.4.4. Uji F (Simultan) 81
4.1.4.5. Uji t (Parsial) 82
4.2 Analisis Dan Pembahasan 83
4.2.1. Analisis Karakteristik Responden 83
4.2.2. Analisis Kualitas Produk 84
4.2.3. Analisis Keputusan Pembelian 85
4.2.4. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa Jambi 86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 87
5.2 Saran 87

DAFTAR PUSTAKA 89

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1.	Data Jumlah Konsumen Honda Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa Jambi periode 2018-2022	4
Tabel 1.2.	Data Spesifikasi Honda New Vario	5
Tabel 1.3.	Data Jumlah Penjualan Honda Matic pada PT. Patria Anugrah Sentosa Jambi periode 2018-2022	6
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 2.2.	Skala Likert	41
Tabel 2.3.	Rentang Skala	44
Tabel 2.4.	Tingkat Keeratan Hubungan	47
Tabel 2.5.	Operasional Variabel Penelitian	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Menurut Umur	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	62
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan	63
Tabel 4.6	Jawaban Responden Terhadap Kinerja	64
Tabel 4.7	Jawaban Responden Terhadap Fitur	65
Tabel 4.8	Jawaban Responden Terhadap Kesesuaian dengan spesifikasi	66
Tabel 4.9	Jawaban Responden Terhadap Ketahanan	67
Tabel 4.10	Jawaban Responden Terhadap Kehandalan	68
Tabel 4.11	Jawaban Responden Terhadap *Service ability*	69
Tabel 4.12	Jawaban Responden Terhadap Estetika	70
Tabel 4.13	Jawaban Responden Terhadap Kualitas yang dipersepsikan	71
Tabel 4.14	Rekap Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	72

Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap Pilihan produk 73
Tabel 4.16 Jawaban Responden Terhadap Pilihan merek 74
Tabel 4.17 Jawaban Responden Terhadap Pemilihan penyalur..... 75
Tabel 4.18 Jawaban Responden Terhadap Jumlah pembelian..... 75
Tabel 4.19 Jawaban Responden Terhadap Penentuan waktu kunjungan 76
Tabel 4.20 Jawaban Responden Terhadap Metode pembayaran 77
Tabel 4.21 Rekap Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian..... 78
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana 79
Tabel 4.23 Hasil Uji Korelasi 80
Tabel 4.24 Hasil Uji Determinasi 80
Tabel 4.25 Uji F 81
Tabel 4.26 Uji t 82

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Bagan Kerangka Pemikiran 39

Gambar 3.1. Bagan Struktur organisasi PT. Patria Anugrah Sentosa 52

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1	Kuisioner Penelitian.....	
Lampiran 2	Surat Keterangan Penelitian	
Lampiran 3	Tabulasi Data Kualitas Produk (X).....	
Lampiran 4	Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)	
Lampiran 5	Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan Program Spss Windows 20.0.....	
Lampiran 6	Tabel F	
Lampiran 7	Tabel t	