

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Batasan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori	31
2.2.1. Perilaku Konsumen	31
2.2.2. Generasi Milenial dan Generasi Z	34
2.2.3. Harga	35
2.2.4. Cita Rasa.....	37
2.2.5. Distribusi	39
2.2.6. Kualitas Produk.....	41
2.2.7. Keputusan Pembelian	43
2.3. Hubungan Antar Variabel	45
2.4. Kerangka Konsep Penelitian	46
2.5. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	48

3.1.	Pendekatan Penelitian	48
3.2.	Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian	48
3.3.	Populasi dan Sampel.....	49
A.	Populasi.....	49
B.	Sampel, Teknik Pengambilan Sampel & Jumlah Sampel.....	50
3.4.	Variabel Penelitian.....	51
3.5.	Jenis dan Sumber Data	52
A.	Jenis Data	52
B.	Sumber Data.....	52
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	53
3.7.	Jenis Skala Pengukuran.....	53
3.8.	Definisi Operasional Penelitian	54
3.9.	Teknik Analisis Data.....	56
A.	Uji Validitas dan Reabilitas	57
B.	Uji Asumsi Klasik.....	58
C.	Uji Hipotesis (Statistik Parametrik dan Nonparametrik).....	60
D.	Analisis Regresi Berganda	61
E.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	63
4.1.1	Profil Teh Pucuk Harum dan PT. Mayora.....	63
4.2.	Deskripsi Data Hasil Penelitian	64
4.2.1.	Profil Responden	64
4.2.2.	Distribusi Jawaban Responden.....	66
4.3.	Hasil Penelitian (Perhitungan dan Pengolahan Data).....	71
4.3.1.	Uji Kualitas Data	71
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik	74
4.3.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.3.4.	Pengujian Hipotesis	78
4.4.	Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian	81
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1.	Kesimpulan	86
5.2.	Saran	88
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	88
	DAFTAR PUSTAKA.....	89

LAMPIRAN.....	98
Lampiran 1. Biodata	98
Lampiran 2. Kuesioner.....	99
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	103
Lampiran 4. Distribusi Frekuensi	107
Lampiran 5. Data Interval	111
Lampiran 6. Hasil Output SPSS	112
Lampiran 7. Hasil Plagiarism Checker	123
Lampiran 8. Sertifikat Convergence	124
Lampiran 9. Berita Acara Bimbingan Skripsi	125



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Industri Teh Siap Saji (2015-2020)	3
Tabel 1.2	Pangsa Pasar Teh Kemasan Botol (2020)	4
Tabel 1.3	Hasil Pra Riset	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.2	Penelitian Saat Ini.....	29
Tabel 3.1	Agenda Penelitian Tugas Akhir (2021).....	49
Tabel 3.2	Skala Pengukuran (Likert).....	53
Tabel 3.3	Definisi Operasional Penelitian.....	54
Tabel 4.1	Kategori Jawaban Responden.....	66
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	67
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Variabel Cita Rasa.....	68
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Variabel Distribusi.....	68
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	69
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	71
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa.....	72
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi.....	72
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	73
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Reabilitas.....	74
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel 4.15	Tabel Interpretasi Multikolinieritas.....	76
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 4.18	Hasil Uji F (Simultan).....	80
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Penjualan Teh Kemasan.....	1
Gambar 2.1	Hubungan antara Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian.....	34
Gambar 2.2	Kerangka konsep penelitian.....	47

