

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>Error!</b>
Bookmark not defined.	
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>Error!</b>
Bookmark not defined.	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>Error!</b>
Bookmark not defined.	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....</b>	<b>Error!</b>
Bookmark not defined.	
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>Error!</b>
Bookmark not defined.i	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Masalah.....	13
D. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Minat Beli Konsumen .....	18
1. Pengertian Minat Beli Konsumen.....	18

2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen .....	20
3.	Indikator Minat Beli Konsumen .....	22
C.	Kualitas Produk.....	23
1.	Pengertian Kualitas Produk .....	23
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	24
3.	Indikator Kualitas Produk.....	25
D.	Harga.....	26
1.	Pengertian Harga .....	26
2.	Tujuan Penetapan Harga.....	27
3.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga .....	28
4.	Indikator Harga.....	29
E.	Kerangka Konseptual.....	30
F.	Hipotesis .....	31
	<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>33</b>
A.	Jenis dan Rancangan Penelitian.....	33
1.	Jenis Penelitian .....	33
2.	Rancangan Penelitian.....	34
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
1.	Lokasi Penelitian .....	34
2.	Waktu Penelitian.....	34
C.	Populasi dan Sampel.....	35
1.	Populasi .....	35

2. Sampel .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
D. Variabel penelitian .....	36
1. Identifikasi Variabel Penelitian .....	36
2. Definisi operasional variabel penelitan .....	37
E. Jenis Data dan Sumber Data .....	38
1. Jenis Data.....	38
2. Sumber Data .....	38
F. Metode Pengumpulan Data.....	39
1. Penelitian kepustakaan ( <i>Library Research</i> ).....	39
2. Penelitian Lapangan ( <i>Field Research</i> ).....	39
3. Skala Pengukuran Data.....	40
G. Metode Analisis Data.....	42
1. Uji Instrumen .....	42
2. Uji Asumsi Klasik .....	43
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
4. Uji Hipotesis .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
B. Deskripsi Data Responden.....	48
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	49
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	50

C.	Deskripsi Variabel Penelitian .....	51
1.	Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk.....	52
2.	Jawaban Responden Tentang Harga.....	53
3.	Jawaban Responden Tentang Minat Beli .....	54
D.	Uji Instrumen Penelitian .....	55
1.	Hasil Pengujian Validitas .....	55
2.	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	56
E.	Uji Asumsi Klasik.....	56
1.	Hasil Pengujian Normalitas .....	56
2.	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	57
3.	Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	58
F.	Analisis Data.....	59
1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
2.	Pengujian Pengaruh Parsial .....	61
3.	Pengujian Pengaruh Simultan.....	62
4.	Koefisien Determinasi .....	63
G.	Pembahasan.....	64
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	64
2.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	65
3.	Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli.....	66
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>67</b>
A.	Kesimpulan .....	67
B.	Saran .....	67

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	31
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas .....	57
Gambar 4.2 Hasil Heteroskedastisitas .....	58

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Konsumsi Rata-rata per bulan untuk Makanan dan Bukan Makanan Penduduk Kota Jayapura (persen), 2020.....	8
Tabel 1.2 Penjualan Tahun 2020 - 2021 .....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Mapping Definisi Operasional Variabel .....	37
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Jawaban.....	41
Tabel 4.1 Distribusi dan Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	48
Tabel 4.2 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan.....	50
Tabel 4.4 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	50
Tabel 4.5 Kategori Skor Rata-rata .....	51
Tabel 4.6 Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk .....	52
Tabel 4.7 Jawaban Responden Tentang Harga .....	53
Tabel 4.8 Jawaban Responden Tentang Minat Beli.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	59
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda .....	60

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: PWS Kent Publishing Company.
- Assauri. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Augusty Ferdinand. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang: AGF Books.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Akasara.
- Durianto, & Liana. (2014). *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft dan Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model*. (PT. Remaja Rosdakarya Bandung).
- Dwi Priyatno. (2009). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2013). *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>
- Istijanto. (2010). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Iwan, Hairo, E. I., & Yuliyanto, A. (2019). Analisis Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 3(3), 1–6.
- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2012). *Marketing Managemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kriyantono. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada

Media Group.

- Manurung, H. P. (2019). Pengaruh Harga Dan Jenis Produk Terhadap Minat Beli Konsumen California Fried Chicken ( Cfc ) Kisaran. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, 5(2), 51–56.
- Mariana. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Produk Pada Industri UKM Amplang UD Sinar Rejeki di Samarinda. *E-Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3, 3.
- Mowen, & Minor. (2006). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nur'aini. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 6(02), 20–27.
- Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Prayogi, S., & Santosa, A. (2019). *The Influence Of PProduct Quality, PPrices And Promotions On Interest In Buying Sri Sulastris Batik*. 7, 9–17.
- Sangadji, & Sopiah. (2010). *Metode Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Soekartawi. (2008). *Analisis Usahatani*. Jakarta: UI Press.
- Stanton, R. (2007). *Teori Fiksi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Swasta, B., & Sukotjo, I. (1998). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2019). Pengaruh HHarga, Citra Merek dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Проблемы Истории, Филологии, Культуры*, 2(4 (66)), 87–96.
- Zulviani, M., Akramiah, N., & Mufidah, E. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas “Sophie Martin Paris.” *Jurnal EMA*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.33>