

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
PERNYATAAN BUKAN HASIL PLAGIARISME	v
RINGKASAN	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
BIOGRAFI PENULIS	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teoritis	9
2.1.1. Teh	9
2.1.2. Minuman Teh.....	10
2.1.3. Promosi	12
2.1.4. Kualitas Produk	15
2.1.5. Kualitas Layanan	17
2.1.6. Keputusan Pembelian	20
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	26

2.4. Hipotesis.....	29
III. METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4. Pengumpulan Data	32
3.5. Analisis Data	33
3.5.1. Analisis Deskriptif	33
3.5.2. Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.5.3. Uji Instrumen.....	41
3.5.4. Uji Varians	42
3.6. Definisi Operasional	44
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	47
4.1. Sejarah Perusahaan	47
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	48
4.2.1. Visi	48
4.2.2. Misi	48
4.3. Sumberdaya Perusahaan	49
4.3.1. Sumberdaya Manusia	49
4.3.2. Sumberdaya Lahan dan Bangunan.....	50
4.4. Struktur Organisasi	52
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
5.1. Identitas Responden	54
5.1.1. Jenis Kelamin	54
5.1.2. Umur	55
5.1.3. Pendidikan Terakhir	55
5.2. Proses Produksi Pembuatan Minuman pada Es Teh Indonesia	56
5.3. Frekuensi Pembelian	57
5.4. Deskripsi Produk.....	58
5.5. Kategori Promosi yang dilakukan Es Teh Indonesia Outlet Samata	62

5.6. Kategori Kualitas Produk yang dihasilkan pada Es Teh Indonesia Outlet Samata	70
5.7. Kategori Layanan yang dilakukan Es Teh Indonesia Outlet Samata	78
5.8. Kategori Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia Outlet Samata	87
5.9. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Layanan.....	95
5.10. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia	100
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	105
6.1. Kesimpulan	105
6.2. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Hal
1	Brand Minuman Terpopuler Tahun 2022.....	3
2	Penelitian Terdahulu	24
3	Indikator Pengukuran Variabel Es Teh Indonesia	33
4	Skor Pembobotan Setiap Indikator Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian	39
5	Rekapitulasi Variabel Promosi (X1), Kualitas Layanan (X3) dan Keputusan Pembelian (Y)	39
6	Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X2)	40
7	Tingkat Reliabel <i>Chronbach's Alpha</i>	42
8	Sumberdaya Manusia pada Es Teh Indonesia Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa	50
9	Sumberdaya Lahan dan Bangunan pada Es Teh Indonesia Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa.....	51
10	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin..	54
11	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Umur.....	55
12	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
13	Frekuensi Pembelian Produk dalam Satu Bulan Terakhir pada Es The Indonesia Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa.....	58
14	Varian Rasa dan Harga Minuman Es Teh Indonesia Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa	60
15	Volume Penjualan pada Es Teh Indonesia Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa	61
16	Tanggapan Responden terhadap Indikator Intensitas Promosi (X1.1), (X1.2) dan (X1.3).....	63

17	Tanggapan Responden terhadap Indikator Kualitas Promosi (X1.4), (X1.5) dan (X1.6).....	65
18	Tanggapan Responden terhadap Indikator Kuantitas Promosi (X1.7), (X1.8) dan (X1.9).....	66
19	Tanggapan Responden terhadap Indikator Waktu Promosi (X1.10), (X1.11) dan (X1.12).....	67
20	Tanggapan Responden terhadap Indikator Ketepatan Sasaran Promosi (X1.13), (X1.14) dan (X1.15)	69
21	Rekapitulasi Variabel Promosi (X1) pada Es Teh Indonesia Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa	70
22	Tanggapan Responden terhadap Indikator Kinerja Produk (X2.1), (X2.2) dan (X2.3).....	72
23	Tanggapan Responden terhadap Indikator Daya Tarik (X2.4), (X2.5) dan (X2.6).....	73
24	Tanggapan Responden terhadap Indikator Tampilan, Rasa dan Aroma (X2.7), (X2.8) dan (X2.9)	75
25	Tanggapan Responden terhadap Indikator Kesesuaian Penyajian Produk dan Peralatan (X2.10), (X2.11) dan (X2.12)	76
26	Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X2) pada Es Teh Indonesia Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa	77
27	Tanggapan Responden terhadap Indikator Keandalan (X3.1), (X3.2) dan (X3.3).....	79
28	Tanggapan Responden terhadap Indikator Ketanggapan (X3.4), (X3.5) dan (X3.6).....	80
29	Tanggapan Responden terhadap Indikator Jaminan (X3.7), (X3.8) dan (X3.9).....	82
30	Tanggapan Responden terhadap Indikator Empati (X3.10), (X3.11) dan (X3.12).....	83
31	Tanggapan Responden terhadap Indikator Nyata (X3.13), (X3.14) dan (X3.15).....	85
32	Rekapitulasi Variabel Layanan (X3) pada Es Teh Indonesia	

	Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa	86
33	Tanggapan Responden terhadap Indikator Pengenalan Masalah/ Kebutuhan (Y1.1), (Y1.2) dan (Y1.3).....	87
34	Tanggapan Responden terhadap Indikator Pencarian Informasi (Y1.4), (Y1.5) dan (Y1.6).....	89
35	Tanggapan Responden terhadap Indikator Evaluasi Alternatif (Y1.7), (Y1.8) dan (Y1.9).....	90
36	Tanggapan Responden terhadap Indikator Keputusan Pembelian (Y1.10), (Y1.11) dan (Y1.12).....	92
37	Tanggapan Responden terhadap Indikator Evaluasi Pasca Pembelian (Y1.13), (Y1.14) dan (Y1.15).....	93
38	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Es Teh Indonesia Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa	94
39	Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Promosi (X1)	96
40	Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X2)	97
41	Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Layanan (X3)	97
42	Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian (Y)	98
43	Hasil Uji Reliabilitas	99
44	Hasil Uji Normalitas.....	99
45	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	100
46	Pengaruh Secara Simultan (Uji F)	101
47	Hasil Uji-t (Parsial)	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Hal
1	Kerangka Pikir Penelitian Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia (Studi Kasus pada Es Teh Indonesia Outlet Samata, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa	28
2	Logo Es Teh Indonesia	47
3	Sketsa Bangunan (<i>layout</i>) Es Teh Indonesia	51
4	Struktur Organisasi Es Teh Indonesia	53
5	Flowchart Proses Pengolahan Minuman Es Teh Indonesia	57

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	Teks	Hal
1	Kuesioner Penelitian	114
2	Identitas Responden	119
3	Jawaban Responden Terkait Variabel Promosi (X1).....	122
4	Jawaban Responden Terkait Variabel Kualitas Produk (X2).....	126
5	Jawaban Responden Terkait Variabel Layanan (X3)	131
6	Jawaban Responden Terkait Variabel Keputusan Pembelian (Y)...	135
7	Uji Validitas Variabel Promosi (X1)	139
8	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)	142
9	Uji Validitas Variabel Layanan (X3).....	144
10	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	147
11	Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), Layanan (X3) dan Keputusan Pembelian (Y)	150
12	Uji Normalitas	151
13	Hasil Regresi Linear Berganda.....	152
14	Dokumentasi Pendukung	156