# DAFTAR ISI

[**LEMBAR PENGESAHAN i**](#_Toc134442318)

[**PERNYATAAN ii**](#_Toc134442319)

[**MOTTO iii**](#_Toc134442320)

[**ABSTRAK iv**](#_Toc134442321)

[**ABSTRACT v**](#_Toc134442322)

[**ABSTRAK vi**](#_Toc134442323)

[**KATA PENGANTAR vii**](#_Toc134442324)

[**DAFTAR RIWAYAT HIDUP x**](#_Toc134442325)

[**DAFTAR ISI xi**](#_Toc134442326)

[**DAFTAR TABEL xiv**](#_Toc134442327)

[**DAFTAR GAMBAR xvi**](#_Toc134442328)

[**BAB I 1**](#_Toc134442329)

[**PENDAHULUAN 1**](#_Toc134442330)

[1.1 Latar Belakang Penelitian 1](#_Toc134442331)

[1.2 Rumusan Masalah 11](#_Toc134442332)

[1.3 Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian 11](#_Toc134442333)

[1.4 Lokasi Dan Lamanya Penelitian 12](#_Toc134442334)

[**BAB II 15**](#_Toc134442335)

[**TINJAUAN PUSTAKA 15**](#_Toc134442336)

[2.1 Pengertian Administrasi 15](#_Toc134442337)

[2.1.1 Pengertian Administrasi 15](#_Toc134442338)

[2.2 Administrasi Bisnis 15](#_Toc134442339)

[2.2.2 Pengertian Administrasi Bisnis 15](#_Toc134442340)

[2.3 Pengertian Pemasaran 16](#_Toc134442341)

[2.3.1 Pengertian Pemasaran 16](#_Toc134442342)

[2.4 Pengertian Manajemen Pemasaran 17](#_Toc134442343)

[2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran 18](#_Toc134442344)

[2.4.2 Unsur – Unsur Bauran Pemasaran 18](#_Toc134442345)

[2.5 Konsep Kualitas Produk 19](#_Toc134442346)

[2.5.1 Pengertian Kualitas 19](#_Toc134442347)

[2.5.2 Pengertian Produk 19](#_Toc134442348)

[2.5.3 Tingkatan produk 20](#_Toc134442349)

[2.5.4 Pengertian Kualitas Produk 21](#_Toc134442350)

[2.5.5 Indikator Kualitas Produk 21](#_Toc134442351)

[2.6. Pengertian Keputusan Pembelian 22](#_Toc134442352)

[2.6.1 Pengertian Keputusan 22](#_Toc134442353)

[2.6.2 Pengertian Keputusan Pembelian 22](#_Toc134442354)

[2.6.3 Indikator Keputusan Pembelian 25](#_Toc134442355)

[2.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 25](#_Toc134442356)

[2.8 Penelitian Terdahulu 27](#_Toc134442357)

[2.9 Kerangka Pemikiran 29](#_Toc134442358)

[2.10 Hipotesis Penelitian 32](#_Toc134442359)

[**BAB III 34**](#_Toc134442360)

[**METODE PENELITIAN 34**](#_Toc134442361)

[3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan 34](#_Toc134442362)

[3.2 Paradigma Penelitian 35](#_Toc134442363)

[3.3 Variabel Penelitian Dan Operasionalisasi Variabel 36](#_Toc134442364)

[3.3.1 Variabel Bebas/Independen Kualitas Produk 36](#_Toc134442365)

[3.3.2 Data Sekunder 38](#_Toc134442366)

[3.3.3 Variabel Terikat/Dependen Keputusan Pembelian 39](#_Toc134442367)

[3.4 Teknik Pengumpulan Data 41](#_Toc134442368)

[3.4.1 Data Primer 41](#_Toc134442369)

[3.5 Teknik Analisis Data 42](#_Toc134442370)

[3.5.1 Uji Intrumen Penelitian 43](#_Toc134442371)

[3.6 Analisis Data 44](#_Toc134442372)

[3.6.1 Regresi Linier Sederhana 45](#_Toc134442373)

[3.6.2 Koefisien Korelasi Rank Spearman 46](#_Toc134442374)

[3.6.3 Analisis Koefisien Determenasi 47](#_Toc134442375)

[3.7 Pengujian Hipotesis 47](#_Toc134442376)

[**BAB IV 49**](#_Toc134442377)

[**Hasil Penelitian dan Pembahasan 49**](#_Toc134442378)

[4.1 Gambaran Umum Perusahaan Tas Choral CV. Harmoni Jaya Sentosa 49](#_Toc134442379)

[4.1.1 Profil Perusahaan 49](#_Toc134442380)

[4.1.2 Visi Misi 50](#_Toc134442381)

[4.1.3 Struktur Organisasi 51](#_Toc134442382)

[4.1.4 Produk 56](#_Toc134442383)

[4.2 Pelaksanaan Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Tas Choral CV. Harmoni Jaya Sentosa. 57](#_Toc134442384)

[4.2.1 Pelaksanaan Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc134442385)

[4.2.3 Analisis Deskriptif Kualitas Produk 82](#_Toc134442386)

[4.2.4 Pelaksanaan Keputusan Pembelian 84](#_Toc134442387)

[4.2.5 Analisi Deskriptif Keputusan Pembelian 97](#_Toc134442388)

[4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk tas Choral CV Harmoni Jaya Sentosa 99](#_Toc134442389)

[4.3.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian 99](#_Toc134442390)

[4.3.2 Hasil Uji dan Analisis Data 101](#_Toc134442391)

[4.4 Hambatan Dan Upaya 107](#_Toc134442392)

[4.4.1 Hambatan yang dihadapi choral 107](#_Toc134442393)

[4.4.2 Upaya yang dilakukan 108](#_Toc134442394)

[**BAB V 109**](#_Toc134442395)

[**KESIMPULAN DAN SARAN 109**](#_Toc134442396)

[5.1 Kesimpulan 109](#_Toc134442397)

[5.2 Saran 112](#_Toc134442398)

[5.2.1 Saran Akademis 112](#_Toc134442399)

[5.2.2 Saran Praktis 112](#_Toc134442400)

[**DAFTAR PUSTAKA 114**](#_Toc134442401)

[**LAMPIRAN – LAMPIRAN 117**](#_Toc134442402)

# DAFTAR TABEL

[Tabel 1. 1 Data Penjualan Produk Best seller Tas Choral CV. Harmoni Jaya Sentosa Tahun 2022-2023 7](#_Toc131327509)

[Tabel 1. 2 Data Penjualaan Jumlah Pembelian Tas Choral CV. Harmoni Jaya Sentosa Tahun 2022-2023 8](#_Toc131327510)

[Tabel 1. 3 Penyebab Pada Produk Tas Choral 10](#_Toc131327511)

[Tabel 1. 4 Jadwal Penelitian 14](#_Toc131327512)

[Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 27](#_Toc131327514)

[Tabel 3. 2 Skala Likert 38](#_Toc134442442)

[Tabel 3. 1 Operasional Variabel 39](#_Toc134442443)

[Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi 47](#_Toc134442444)

[Tabel 4. 1 Nama artikel produk tas choral 56](#_Toc134442482)

[Tabel 4. 2 Tanggapan responden mengenai kinerja tas Choral 58](#_Toc134442483)

[Tabel 4. 3 Tanggapan responden mengenai aksesoris tas Choral 60](#_Toc134442484)

[Tabel 4. 4 Tanggapan responden mengenai keandalan tas Choral 62](#_Toc134442485)

[Tabel 4. 5 Tanggapan responden mengenai produk bebas dari kerusakan/cacat tas Choral 63](#_Toc134442486)

[Tabel 4. 6 Tanggapan responden mengenai kesesuaian design tas Choral 65](#_Toc134442487)

[Tabel 4. 7 Tanggapan responden mengenai kesesuaian bahan baku tas Choral 66](#_Toc134442488)

[Tabel 4. 8 Tanggapan responden mengenai daya tahan warna tas Choral 68](#_Toc134442489)

[Tabel 4. 9 Tanggapan responden mengenai daya tahan pemakaian tas Choral 69](#_Toc134442490)

[Tabel 4. 10 Tanggapan responden mengenai kemampuan diperbaiki tas Choral 71](#_Toc134442491)

[Tabel 4. 11 Tanggapan responden mengenai garansi produk digantikan apabila konsumen komplain tas Choral 72](#_Toc134442492)

[Tabel 4. 12 Tanggapan responden mengenai garansi kesalahan pemesan tas Choral 74](#_Toc134442493)

[Tabel 4. 13 Tanggapan responden mengenai produk sangat mengikuti trend tas Choral 76](#_Toc134442494)

[Tabel 4. 14 Tanggapan responden mengenai produk tidak pasaran tas Choral 77](#_Toc134442495)

[Tabel 4. 15 Tanggapan responden mengenai produk memberikan kualitas yg baik tas Choral 79](#_Toc134442496)

[Tabel 4. 16 Kriteria Interpretasi Persentase Skor 81](#_Toc134442497)

[Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Kualitas Produk 82](#_Toc134442498)

[Tabel 4. 18 Tanggapan responden mengenai berbagai jenis model produk tas choral sudah termasuk keinginan 86](#_Toc134442499)

[Tabel 4. 19 Tanggapan responden mengenai memilih produk sesuai kebutuhan pada tas choral 87](#_Toc134442500)

[Tabel 4. 20 Tanggapan responden mengenai kepercayaan merek tas choral 89](#_Toc134442501)

[Tabel 4. 21 Tanggapan responden mengenai popularitas merek tas choral 90](#_Toc134442502)

[Tabel 4. 22 Tanggapan responden mengenai harga terjangkau tas choral 92](#_Toc134442503)

[Tabel 4. 23 Tanggapan responden mengenai ketersediaan produk tas choral 93](#_Toc134442504)

[Tabel 4. 24 Tanggapan responden mengenai waktu pembelian tas choral 95](#_Toc134442505)

[Tabel 4. 25 Tanggapan responden mengenai jumlah pembelian tas choral 96](#_Toc134442506)

[Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Keputusan Pembelian 97](#_Toc134442507)

[Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk 99](#_Toc134442508)

[Tabel 4. 28 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian 100](#_Toc134442509)

[Tabel 4. 29 Hasil Analisis Uji Reliabilitas Kualitas Produk 101](#_Toc134442510)

[Tabel 4. 30 Hasil Analisis Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian 101](#_Toc134442511)

[Tabel 4. 31 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana 102](#_Toc134442512)

[Tabel 4. 32 Hasil Analisis koefisien korelasi rank spearman 103](#_Toc134442513)

[Tabel 4. 33 Interval Koefisien Korelasi 104](#_Toc134442514)

[Tabel 4. 34 Hasil Uji T 106](#_Toc134442515)

[Tabel 4. 35 Hasil Koefisien Determinasi 107](#_Toc134442516)

# DAFTAR GAMBAR

[Gambar 2. 1 Tahap – tahap Keputusan Pembelian 24](#_Toc134443664)

[Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir **Error! Bookmark not defined.**](#_Toc134443665)

[Gambar 3. 1 Paradigma Sederhana 35](#_Toc134443667)

[Gambar 4. 1 Logo Choral 49](#_Toc134443670)

[Gambar 4. 2 Struktur Organisasi 51](#_Toc134443671)

[Gambar 4. 3 Garis Kontinum variabel Kualitas Produk 84](#_Toc134443672)

[Gambar 4. 4 Garis Kontinum variabel Keputusan Pembelian 98](#_Toc134443673)

[Gambar 4. 5 Paradigma Hasil Penelitian 107](#_Toc134443674)