

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| PERNYATAAN PROGRAM SARJANA | |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 Masukan dan Tujuan | 5 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 5 |
| 1.5 Tempat dan Waktu Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS | 7 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 7 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 7 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 8 |
| 2.1.3 Strategi Pemasaran | 9 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan | 45 |
| 3.1.3 Struktur Organisasi | 46 |
| 3.2 Metode Penelitian | 47 |
| 3.2.1 Metode yang Digunakan | 47 |
| 3.2.2 Operasional Variabel | 47 |
| 3.2.3 Populasi, Sample dan Teknik Sampling | 49 |
| 3.2.3.1 Populasi | 49 |
| 3.2.3.2 Sample | 50 |
| 3.2.3.3 Teknik Sampling | 50 |
| 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data | 51 |
| 3.2.4.1 Intrumen Penelitian | 52 |
| 3.2.4.2 Jenis Data dan Sumber Data | 53 |
| 3.2.5 Teknik Pengolahan Data | 54 |
| 3.2.5.1 <i>Methodes Succesive Interval</i> (MSI) | 54 |
| 3.2.5.2 Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Deskripsi Data | 55 |
| 3.2.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana | 58 |
| 3.2.5.4 Analisis Koefisien Korelasi | 59 |
| 3.2.5.5 Analisis Koefisien Determinasi | 60 |
| 3.2.5.6 Uji Normalitas | 60 |
| 3.3 Rancangan Uji Hipotesis | 61 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 62 |
| 4.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 62 |
| 4.1.1 Hasil Uji Validitas | 62 |

| | |
|---|----|
| 4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas | 64 |
| 4.1.3 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden | 65 |
| 4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis | |
| Kelamin | 65 |
| 4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 66 |
| 4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 68 |
| 4.1.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan | 69 |
| 4.1.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi yang Didapat | 70 |
| 4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian..... | 71 |
| 4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Bauran Promosi | 71 |
| 4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Periklanan | 71 |
| 4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Penjualan Pribadi | 73 |
| 4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Word Of Mouth</i> | 74 |
| 4.2.1.4 Skor Variabel Bauran Promosi | 75 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli | |
| Konsumen | 77 |
| 4.2.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi | |
| Tahap Perhatian | 78 |
| 4.2.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi | |
| Minat | 79 |
| 4.2.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi | |
| Keinginan | 80 |
| 4.2.2.4 Skor Variabel Minat Beli | 81 |
| 4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan Pengaruh Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>) Terhadap Minat Beli Konsumen Madu Perhutani Bandung | 83 |
| 4.3.1 Analisis Regresi Linear Sederhana | 83 |
| 4.3.2 Analisis Korelasi | 85 |
| 4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi | 86 |
| 4.3.4 Uji Normalitas | 86 |
| 4.3.5 Pengujian Hipotesis | 87 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 89 |
| 5.1 Kesimpulan | 89 |
| 5.2 Saran | 90 |
| DAFTAR PUSTAKA | 91 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Data Penjualan di Outlet Madu Perhutani | 3 |
| Tabel 2.1 Model Hirarki Tanggapan | 34 |
| Tabel 2.2 Hierarki Respon Model AIDA | 35 |
| Tabel 2.3 Tabel Penelitian | 36 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel | 48 |
| Tabel 3.2 Skla Liker | 53 |
| Tabel 3.3 Pedoma Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi | 60 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Bauran Promosi | 63 |
| Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Minat Beli | 63 |
| Tabel 4.3 Uji Reliabilitas | 64 |
| Tabel 4.4 Jenis Kelamin | 65 |
| Tabel 4.5 Usia | 66 |
| Tabel 4.6 Pekerjaan | 68 |
| Tabel 4.7 Pendapatan Perbulan | 69 |
| Tabel 4.8 Infomasi Yang Didapat | 70 |
| Tabel 4.9 Dimensi Periklanan Madu Perhutani | 71 |
| Tabel 4.10 Dimensi Penjualan Pribadi Madu Perhutani | 73 |
| Tabel 4.11 Dimensi <i>Word Of Mouth</i> | 74 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.12 Rekapitulasi Penilaian Responden Variabel Bauran Promosi | 76 |
| Tabel 4.13 Dimensi Tahap Perhatian | 78 |
| Tabel 4.14 Dimensi Tahap Minat | 79 |
| Tabel 4.15 Dimensi Tahap Keinginan | 80 |
| Tabel 4.16 Rekapitulasi Penilaian Responden Variabel Minat Beli .. | 81 |
| Tabel 4.17 Output SPSS Regresi Linear Sederhana | 84 |
| Tabel 4.18 Output SPSS Koefisien Korelasi | 85 |
| Tabel 4.19 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi..... | 85 |
| Tabel 4.20 Uji Normalitas | 87 |
| Tabel 4.21 Uji Signifikansi | 88 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kegiatan Bauran Pemasaran | 13 |
| Gambar 2.2 Model Prilaku Konsumen | 27 |
| Gambar 2.3 Teori Aksi Beralasan | 33 |
| Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran | 39 |
| Gambar 2.5 Bagan Paradigma Penelitian | 40 |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi Humas Kantor Unit | 46 |
| Gambar 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 65 |
| Gambar 4.2 Presentase Responden Berdasarkan Usia | 67 |
| Gambar 4.3 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan | 68 |
| Gambar 4.4 Presentase Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan | 69 |
| Gambar 4.5 Presentase Responden Berdasarkan Informasi | 70 |
| Gambar 4.6 Jarak Interval Pada Garis Kontinum Bauran Promosi.... | 77 |
| Gambar 4.7 Jarak Interval Pada Garis Kontinum Minat beli..... | 82 |
| Gambar 4.8 Daerah Penerimaan Dan Penolakan | 88 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Data Jawaban Responden
- Lampiran 4 Output Hasil SPSS 20
- Lampiran 5 Surat Keputusan Pembimbingan Skripsi
- Lampiran 6 Photocopy Kartu Bimbingan
- Lampiran 7 Riwayat Hidup

