

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT..... | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | x |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah dan Pembatasan Masalah..... | 8 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah..... | 8 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.2.3 Pembatasan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 10 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 10 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis | 10 |
| 1.5.1 Landasan Teori..... | 10 |
| 1.5.2 Studi Empiris | 16 |
| 1.5.3 Hipotesis | 18 |
| 1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian | 19 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 20 |
| 2.1 Manajemen | 20 |
| 2.2 Manajemen Pemasaran | 22 |
| 2.3 Bauran Pemasaran | 23 |
| 2.4 Atribut Produk | 27 |
| 2.4.1 Pengertian Produk dan Atribut Produk | 27 |
| 2.4.2 Unsur-unsur Atribut Produk | 30 |
| 2.5 Harga Produk | 33 |
| 2.5.1 Penetapan Harga | 34 |
| 2.5.2 Unsur-unsur Harga..... | 38 |
| 2.6 Promosi | 40 |
| 2.7 Minat Beli | 47 |
| 2.7.1 Pengertian Minat Beli | 47 |
| 2.7.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Minat Beli..... | 48 |

| | | |
|----------------|---|------------|
| | 2.7.3 Pengukuran Minat Beli | 51 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 54 |
| | 3.1 Objek Penelitian, Subjek Penelitian dan Gambaran | |
| | Umum Objek Penelitian | 54 |
| | 3.1.1 Objek Penelitian..... | 54 |
| | 3.1.2 Subjek Penelitian | 54 |
| | 3.1.3 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 54 |
| | 3.2 Desain Penelitian..... | 60 |
| | 3.3 Jenis dan Sumber Data | 60 |
| | 3.3.1 Jenis Data | 60 |
| | 3.3.2 Sumber Data..... | 61 |
| | 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 61 |
| | 3.5 Populasi dan Sampel..... | 62 |
| | 3.6 Operasionalisasi Variabel | 63 |
| | 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen..... | 66 |
| | 3.8 Metode Analisis Data | 68 |
| | 3.8.1 Analisis Deskriptif | 68 |
| | 3.8.2 Analisis Regresi | 69 |
| | 3.9 Rancangan Uji Hipotesis | 72 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| | 4.1 Atribut Produk Distro Ouval Research..... | 74 |
| | 4.2 Penetapan Harga | 88 |
| | 4.3 Startegi Promosi..... | 93 |
| | 4.4 Tingkat Minat Beli Konsumen Kaos Distro Ouval | 98 |
| | 4.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kaos Distro Ouval | 105 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | |
| | 5.1 Kesimpulan | 119 |
| | 5.2 Saran | 121 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 122 |
| | LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1 | Penjualan Ouval Buah Batu 2016-2017 | 4 |
| Tabel 1.2 | Penilaian Atribut Produk, Harga dan Promosi | 5 |
| Tabel 1.3 | Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| Tabel 1.3 | Jadwal Penelitian..... | 17 |
| Tabel 3.1 | Operasionalisasi Variabel..... | 58 |
| Tabel 4.1 | Jenis Kelamin Responden | 74 |
| Tabel 4.2 | Usia Responden..... | 75 |
| Tabel 4.3 | Pendidikan Responden | 75 |
| Tabel 4.4 | Bahan kaos yang dijual kualitasnya baik | 77 |
| Tabel 4.5 | Jahitan kaos yang dijual terlihat rapih..... | 78 |
| Tabel 4.6 | Sablon pada produk kaos dapat dinilai baik..... | 79 |
| Tabel 4.7 | Bahan kaos yang dijual pemakaiannya tahan lama/tidak cepat Kusam | 80 |
| Tabel 4.8 | Kaos yang diproduksi memiliki variasi bahan | 81 |
| Tabel 4.9 | Model kaos yang diproduksi mengikuti trend yang sedang Popular | 81 |
| Tabel 4.10 | Model kaos berbeda dengan distro lain..... | 81 |
| Tabel 4.11 | Merek SCH dari distro Ouval merupakan jaminan kualitas | 82 |
| Tabel 4.12 | Desain merek distro Ouval dapat dinilai menarik..... | 83 |
| Tabel 4.13 | Variasi label yang menarik..... | 83 |
| Tabel 4.14 | Ciri khas label yang berbeda dengan distro lain | 84 |
| Tabel 4.15 | Layanan antar dalam pembelian tertentu | 85 |
| Tabel 4.16 | Layanan pengembalian barang bila kaos yang dibeli tidak sesuai | 85 |
| Tabel 4.17 | Akumulasi Skor Atribut Produk..... | 87 |
| Tabel 4.18 | Variasi harga menarik | 88 |
| Tabel 4.19 | Keterjangkauan harga..... | 89 |
| Tabel 4.20 | Diskon penjualan..... | 90 |
| Tabel 4.21 | Diskon musiman..... | 90 |
| Tabel 4.22 | Diskon pembelian tunai..... | 91 |
| Tabel 4.23 | Kemudahan periode pembayaran | 91 |
| Tabel 4.24 | Akumulasi Skor Indikator Harga | 92 |
| Tabel 4.25 | Frekuensi iklan produk SCH di media-media | 93 |
| Tabel 4.26 | Kuantitas iklan produk SCH di media-media | 94 |
| Tabel 4.27 | Adanya tenaga penjual mendorong pembelian di toko | 94 |
| Tabel 4.28 | Adanya tenaga penjual mendorong pembelian di event/pameran | 95 |
| Tabel 4.29 | Frekuensi promosi di event/pameran | 95 |
| Tabel 4.30 | Pemberian hadiah promosi di event/pameran | 96 |
| Tabel 4.31 | Kuantitas publisitas produk..... | 96 |
| Tabel 4.32 | Ragam publisitas seperti brosur informasi produk..... | 97 |
| Tabel 4.33 | Akumulasi Skor Indikator Promosi..... | 97 |

| | | |
|------------|---|-----|
| Tabel 4.34 | Tertarik untuk mengetahui lebih banyak informasi produk SCH | 99 |
| Tabel 4.35 | Tertarik untuk mengamati detil produk SCH..... | 100 |
| Tabel 4.36 | Kualitas produk SCH layak direkomendasikan | 100 |
| Tabel 4.37 | Kualitas produk SCH mendorong keinginan memakai..... | 101 |
| Tabel 4.38 | Mempertimbangkan untuk membeli produk SCH | 102 |
| Tabel 4.39 | Tertarik membeli produk SCH dan mencari detil informasi secara online | 103 |
| Tabel 4.40 | Tertarik membeli produk SCH dan mencari detil informasi secara offline | 103 |
| Tabel 4.41 | Akumulasi Skor Minat Beli..... | 104 |
| Tabel 4.42 | Uji Validitas Variabel Atribut Produk | 106 |
| Tabel 4.43 | Uji Validitas Variabel Harga..... | 107 |
| Tabel 4.44 | Uji Validitas Variabel Promosi | 107 |
| Tabel 4.45 | Uji validitas Variabel Minat Beli | 108 |
| Tabel 4.46 | Uji Reliabilitas..... | 109 |
| Tabel 4.47 | Analisis Regresi..... | 110 |
| Tabel 4.48 | Koefisien Determinasi..... | 113 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------|----|
| Gambar 4.1 Produk Kaos Ouval..... | 77 |
|-----------------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
KUESIONER
DATA HASIL PENELITIAN
HASIL ANALISIS REGRESI
KARTU BIMBINGAN
SURAT BALASAN