

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Pengertian Administrasi Bisnis.....	12
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.4 Konsep Inti Pemasaran.....	15
2.1.5 Bauran Pemasaran	17
2.1.6 Strategi Pemasaran	19
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.1.8 Minat beli	21
2.1.9 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	21

2.1.10	Faktor Penentu Pemilihan Minat Beli.....	22
2.1.11	Hubungan antara Bauran Pemasaran dengan Minat Beli Konsumen.....	22
2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Kerangka Pemikiran.....	25
2.4	Hipotesis.....	27
BAB III METODE DAN OBYEK PENELITIAN.....		29
3.1	Metode Penelitian.....	29
3.1.1	Paradigma Penelitian.....	29
3.1.2	Metode Penelitian yang digunakan.....	29
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variable.....	30
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.1	Data Primer.....	33
3.2.2	Data Sekunder.....	36
3.3	Teknik Analisis Data.....	37
3.3.1	Uji Validitas Instrumen.....	37
3.3.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	38
3.3.3	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	39
3.3.4	Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	40
3.3.5	Analisis Koefisien Determinasi.....	41
3.3.6	Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1	Visi dan Misi Spicywon.....	43
4.1.2	Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan Spicywon.....	44
4.1.3	Gambaran Umum Data Responden Spicywon Tamansari Bandung.....	45
4.2	Pelaksanaan Bauran Pemasaran pada Spicywon Tamansari Bandung.....	47
4.2.1	Kondisi Bauran Pemasaran Spicywon Tamansari Bandung.....	47
4.2.2	Analisis Skor Bauran Pemasaran.....	58
4.3	Minat Beli Konsumen pada Spicywon Tamansari Bandung.....	60
4.3.1	Kondisi Minat Beli Konsumen Spicywon Tamansari Bandung.....	60
4.3.2	Analisis Skor Minat Beli.....	69
4.4	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen.....	71
4.4.1	Hasil Uji Penelitian Instrumen.....	71
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	72

4.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji Hipotesis	73
4.4.4 Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	74
4.4.5 Koefisien Determinasi	76
4.4.6 Uji Hipotesis.....	78
4.5 Hambatan dan Upaya Spicywon Tamansari Bandung	79
4.5.1 Hambatan Yang Dihadapi Spicywon Tamansari Bandung	79
4.5.2 Upaya Yang Dilakukan Spicywon Tamansari Bandung	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
5.2.1 Bagi Perusahaan	83
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN – LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 daftar produk paling diminati	5
Tabel 1. 2 Bauran Pemasaran	5
Tabel 1. 3 Jadwal Kegiatan Penelitian	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	32
Tabel 3. 2 Pengukuran Kuisisioner SkalaLikert	36
Tabel 4. 1 Gambaran responden berdasarkan usia	46
Tabel 4. 2 Gambaran Responden Mengenai Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 3 Gambaran responden berdasarkan status pekerjaan.....	47
Tabel 4. 4 Jawaban responden mengenai Produk Spicywon Beragam atau Bervariasi.....	48
Tabel 4. 5 Jawaban responden mengenai Kualitas Produk Spicywon Baik.....	49
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai Harga Produk Terjangkau	50
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Mengenai Lokasi Spicywon Tamansari Strategis	51
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Mengenai Lokasi Mudah Dijangkau	53
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Mengenai Tempat Parkir Memadai.....	54
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Mengenai Diskon Yang Diberikan Spicywon Sudah Memuaskan	55
Tabel 4. 11 Jawaban Responden Mengenai Mendapatkan Informasi Spicywon Door to Door	56
Tabel 4. 12 Jawaban Responden Mengenai Mendapatkan Informasi dari Brosur	57
Tabel 4. 13 Resume Jawaban Kuisisioner Variabel X (Bauran Pemasaran)	59
Tabel 4. 14 Nilai Bobot Standar	59
Tabel 4. 15 Jawaban Responden Keinginan Seseorang Membeli Produk Spicywon	61
Tabel 4. 16 Jawaban Responden Mengenai Membeli Produk Spicywon Dibanding Produk Pesaing.....	62
Tabel 4. 17 Jawaban Responden Mengenai Merefensikan Produk Kepada Orang Lain.....	64
Tabel 4. 18 Jawaban Responden Mengenai Merek Yang Direkomendasi Orang Lain.....	65
Tabel 4. 19 Jawaban Responden Mengenai Menjadikan Produk Spicywon Untuk Jadi Pilihan Utama	67
Tabel 4. 20 Jawaban Responden Mengenai Mencari Tahu Informasi Tentang Produk Tersebut.....	68
Tabel 4. 21 Resume Jawaban Kuisisioner Variabel Y (Minat Beli Konsumen)	69
Tabel 4. 22 Nilai Bobot Standar	70
Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas Variabel X	71
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Variabel Y	72
Tabel 4. 25 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4. 26 Uji Regresi Linier Sederhana	74
Tabel 4. 27 Nonparametric Correlations	76

Tabel 4. 28 Koefisien Determinasi.....	77
Tabel 4. 29 Uji Hipotesis.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 penjualan Periode Desember 2022 – Februari 2023	7
Gambar 2. 1 Konsep Inti Pemasaran.....	15
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3. 1 Paradigma Peneliti	29
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Spicywon.....	44
Gambar 4. 2 Paradigma Penelitian.....	78