

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RINGKESAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	15
1.5.1 Lokasi Penelitian	15
1.5.2 Lamanya Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	17
2.1 Administrasi Bisnis	17
2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	17
2.3 Pemasaran.....	18
2.4 Bauran Pemasaran	19
2.5 <i>Online Customer Review (OCR)</i>	21
2.5.1 Pengertian <i>Online Customer Review (OCR)</i>	21
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Online Customer Review (OCR)</i>	22
2.5.3 Indikator <i>Online Customer Review (OCR)</i>	22
2.6 Kualitas Produk	23
2.6.1 Pengertian Kualitas	23
2.6.2 Pengertian Kualitas Produk	24
2.6.3 Tingkatan Produk.....	24
2.6.4 Indikator Kualitas Produk.....	25
2.7 Minat Beli Konsumen	26
2.7.1 Pengertian Minat Beli	26
2.7.2 Tahapan Minat Beli	27
2.7.3 Indikator Minat Beli	27
2.8 Hubungan <i>Online Customer Review</i> , Kualitas Produk, dan Minat Beli Konsumen.....	28
2.9 Penelitian Terdahulu	29
2.10 Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian	32
2.10.1 Kerangka Berpikir	32

2.10.2 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian Yang Digunakan	38
3.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	39
3.3.1 Variabel Penelitian.....	39
3.3.2 Operasional Variabel	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1 Data Primer	42
3.4.2 Data Sekunder.....	43
3.5 Populasi dan Sampel	44
3.5.1 Populasi.....	44
3.5.2 Sampel	44
3.6 Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1 Analisis Deskriptif	46
3.6.2 Uji Intrumen Penelitian.....	47
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.6.4 Analisis Korelasi Rank Spearman	51
3.6.5 Uji Hipotesis	52
3.6.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	54
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Sejarah Rumah Makan Dapur Sarumpun	56
4.1.2 Profil Rumah Makan Dapur Sarumpun	57
4.1.3 Visi dan Misi Rumah Makan Dapur Sarumpun	58
4.1.4 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	59
4.1.5 Gambaran Aktivitas Produksi.....	63
4.1.6 Gambaran Aktivitas Pemasaran.....	65
4.1.7 Karakteristik Data Responden	66
4.2 Kondisi <i>Online Customer Review</i> (OCR), Kualitas Produk, dan Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Dapur Sarumpun	69
4.2.1 Kondisi <i>Online Customer Review</i> (OCR) Pada Rumah Makan Dapur Sarumpun.....	69
4.2.2 Kondisi Kualitas Produk Pada Rumah Makan Dapur Sarumpun.....	95
4.2.3 Kondisi Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Dapur Sarumpun.....	117
4.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (OCR) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Dapur Sarumpun.....	140
4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Dapur Sarumpun	145
4.5 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (OCR) dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Dapur Sarumpun	150
4.6 Hambatan dan Usaha Dalam <i>Online Customer Review</i> (OCR) dan Kualitas Produk Pada Rumah Makan Dapur Sarumpun	159

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	162
5.1 Kesimpulan.....	162
5.2 Saran.....	164
DAFTAR PUSTAKA	167
LAMPIRAN.....	171