

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
MOTTO.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
RINGKESAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Lokasi Dan Lama Penelitian	8
1.5.1 Lokasi Penelitian	8
1.5.2 Lama Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	10
2.1 Administrasi Bisnis	10
2.1.1 Pengertian Administrasi	10
2.1.2 Pengertian Bisnis	11
2.1.3 Pengertian Administrasi Bisnis.....	12
2.2. Pemasaran Dan Bauran Pemasaran	13
2.2.1. Pengertian Pemasaran	13
2.2.2. Bauran Pemasaran.....	14
2.3. Strategi Pemasaran	18
2.4. <i>Positioning Merek</i>	19
2.5. Keunggulan Bersaing	21

2.6. Penelitian Terdahulu.....	24
2.7. Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis	28
2.7.1. Kerangka Pemikiran.....	28
2.7.2. Hipotesis	34
BAB III METODE DAN OBYEK PENELITIAN	37
3.1. Metode Penelitian.....	37
3.1.1. Metode Penelitian Yang Digunakan	37
3.1.2. Variabel Penelitian	38
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.2.1. Data Primer	42
3.2.2. Data Sekunder.....	46
3.3. Teknik Analisis Data	47
3.3.1. Uji Validitas Instrumen	47
3.3.2. Uji Reabilitas Instrumen.....	48
3.3.3. Analisis Deskriptif	49
3.3.4. Uji Asumsi Klasik.....	51
3.3.5. Analisis Regresi Linear Berganda	52
3.3.6 Uji Koefisien Determinasi	53
3.3.7 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Dijait®	57
4.1.2 Profil Perusahaan	60
4.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan	61
4.1.4 Struktur Organisasi	61
4.1.5 Gambaran Umum Strategi Pemasaran Dijait®.....	63
4.1.6 Gambaran Umum <i>Positioning</i> Merek Dijait®	65
4.1.7 Gambaran Umum Keunggulan Bersaing Dijait®.....	66
4.1.8 Karakteristik Responden	68
4.2 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Dijait®	72
4.2.1 Kondisi Strategi Marketing Pada Dijait®	72

4.2.2 Analisis Skor Variabel X1	93
4.3 Pengaruh <i>Positioning</i> Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Dijait®	97
4.3.1 Kondisi <i>Positioning</i> Merek Pada Dijait®	97
4.3.2 Analisis Skor Variabel X2	118
4.3.3 Kondisi Keunggulan Bersaing Pada Dijait®	121
4.3.4 Analisis Skor Variabel Y	129
4.4 Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Positioning Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Dijait®	133
4.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian	133
4.4.1.1 Uji Validitas Instrumen	134
4.4.1.2 Uji Reabilitas Instrumen	138
4.4.2 Analisis Data	140
4.4.2.1 Uji Asumsi Klasik	140
4.4.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	144
4.4.2.2 Uji Hipotesis	146
4.4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi	154
4.5 Hambatan Dan Upaya Yang Dilakukan Dalam Pengaruh Strategi Pemasaran Dan <i>Positioning</i> Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Dijait®	156
4.5.1 Hambatan Yang Dihadapi Dijait®	156
4.5.2 Upaya Yang Dihadapi Dijait®	159
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	163
5.1. Kesimpulan	163
5.2. Saran	167
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	167
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	169
5.2.3 Keterbatasan Penelitian	134
DAFTAR PUSTAKA	174
KUESIONER PENELITIAN	176
BAGIAN I	176

BAGIAN II	177
Strategi Pemasaran	178
<i>Positioning</i> Merek.....	178
Keunggulan Bersaing	178

DAFTAR TABEL

Tabel 1.5.2.1 Jadwal Penelitian	8
Tabel 2.6.1 Peneliti Terdahulu	24
Tabel 3.1.2.1 Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 3.2.1.1 Kriteria Bobot Nilai Kuesioner	46
Tabel 3.3.3.1 Kategori Skala	50
Tabel 4.1.8.1 Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.1.8.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	70
Tabel 4.1.8.3 Responden Berdasarkan Frekuensi Pemesanan	71
Tabel 4.2.1.1 Layanan Produksi Sesuai Pesanan	75
Tabel 4.2.1.2 Memahami Spesifikasi dan Bahan	77
Tabel 4.2.1.3 Informasi Jasa Mudah Ditemukan.....	80
Tabel 4.2.1.4 Hasil Produksi Konsisten Sesuai Sampel	83
Tabel 4.2.1.5 Portofolio Meningkatkan Kepercayaan	87
Tabel 4.2.1.6 Identitas Vendor Konveksi Profesional	91
Tabel 4.2.2.1 Resum Jawaban Kuesioner Variabel X1 (Strategi Pemasaran)	95
Tabel 4.2.2.2 Nilai Bobot Standar Variabel X1	96
Tabel 4.3.1.1 Kualitas Jahitan dan Bahan Sesuai Spesifikasi	100
Tabel 4.3.1.2 Mampu Mengaplikasikan Desain Unik	104
Tabel 4.3.1.3 Kepercayaan Penyelesaian Pesanan Sesuai Kesepakatan	106
Tabel 4.3.1.4 Biaya Jasa Sebanding dengan Kualitas.....	108
Tabel 4.3.1.5 Disiplin Memenuhi Tenggat Waktu Produksi.....	110
Tabel 4.3.1.6 Reputasi Baik Dalam Tanggung Jawab Dan Pelayanan	112
Tabel 4.3.1.7 Standar Operasional Produksi (SOP) lebih jelas	115
Tabel 4.3.1.8 Layanan Tambahan Konsultasi Sangat Membantu	117
Tabel 4.3.2.1 Resum Jawaban Kuesioner Variabel X2 (<i>Positioning</i> Merek)	119
Tabel 4.3.2.2 Nilai Bobot Standar Variabel X2	120
Tabel 4.3.3.1 Saran Produksi Mempermudah Penentuan Kebutuhan	122
Tabel 4.3.3.2 Harga Jasa Lebih Kompetitif Dengan Spesifikasi Sama	124
Tabel 4.3.3.3 Mampu Menangani Berbagai Model Pakaian.....	126
Tabel 4.3.3.4 Layanan Sampel Membantu Memastikan Kesesuaian	128
Tabel 4.3.4.1 Resum Jawaban Kuesioner Variabel Y (Keunggulan Bersaing)	131
Tabel 4.3.4.2 Nilai Bobot Standar Variabel Y	132

Tabel 4.4.1.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel.....	134
Tabel 4.4.2.1.1 Hasil Uji Normalitas.....	140
Tabel 4.4.2.1.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	142
Tabel 4.4.2.1.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	145
Tabel 4.4.2.2.1 Hasil Uji Hipotesis (Uji Signifikan t)	148
Tabel 4.4.2.2.2 Hasil Uji Hipotesis (Uji Signifikan F)	152
Tabel 4.4.2.3.1 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	155

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Perkembangan Omzet Penjualan Dijait® Selama Setahun 2025 - 2026	4
Gambar 4.2.2.1 Garis Kontinum Variabel X1	96
Gambar 4.3.2.1 Garis Kontinum Variabel X2	121
Gambar 4.3.4.1 Garis Kontinum Variabel Y	133
Gambar 4.3.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot	143