

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	9
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	11
2.2.1 Produk.....	11
2.2.2 Indikator produk.....	13
2.2.3 Harga.....	13
2.2.4 Indikator harga.....	15
2.2.5 Promosi.....	15
2.2.6 Indikator promosi.....	17
2.2.7 Minat beli.....	18
2.2.8 Indikator minat beli.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hubungan antar Variabel.....	24
2.3.1 Hubungan antara kualitas produk dan minat beli.....	24

2.3.2 Hubungan antara harga dan minat beli.....	25
2.3.3 Hubungan antara promosi dan minat beli.....	25
2.4 Kerangka Konseptual.....	26
2.5 Model Penelitian.....	27
2.6 Hipotesis.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran.....	31
3.3.1 Jenis Data.....	31
3.3.2 Sumber Data.....	31
3.3.3 Skala Pengukuran.....	32
3.4 Variabel & Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	33
3.6 Uji Validitas & Reliabilitas.....	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.7. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.1 Uji Normalitas.....	36
3.7.2 Uji Multikolonieritas.....	36
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.8 Metode Analisis Data.....	38
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.8.2 Uji F (Uji Kelayakan Model).....	39
3.8.3 Uji T (Uji Parsial).....	39
3.8.4 Uji Koefisien Korelasi (R).....	39
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Analisis Data.....	41

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Karakteristik Responden.....	42
4.2.2	Deskripsi Responden.....	42
4.2.3	Analisis Frekuensi dan Deskriptif Jawaban Responden.....	45
4.2.3.1	Kualitas Produk.....	47
4.2.3.2	Harga.....	49
4.2.3.3	Promosi.....	51
4.2.3.4	Minat Beli.....	53
4.2.4	Uji Instrumen.....	54
4.2.4.1	Uji Validitas.....	55
4.2.4.2	Uji Reliabilitas.....	56
4.2.5	Uji Statistik Deskriptif.....	57
4.2.6	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.2.6.1	Uji Normalitas.....	58
4.2.6.2	Uji Multikolinearitas.....	60
4.2.6.3	Uji Heterokedastisitas.....	61
4.2.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.2.8	Uji Hipotesis.....	64
4.2.8.1	Uji F (Uji Kelayakan Model).....	64
4.2.8.2	Uji T (Uji Parsial).....	65
4.2.8.3	Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R ²).....	67
4.3	Pembahasan.....	68
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	69
4.3.2	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	70
4.3.3	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli.....	71
4.4	Implikasi Manajerial/Implikasi Hasil Penelitian.....	72
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	75
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA..... 79



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produk Kue Apam & Kue Klaapertaart <i>Mey's Kitchen</i>	3
Gambar 1.2 Data Instagram Audience Overview tahun 2020.....	4
Gambar 1.3 Hasil Kuisisioner mengenai aspek yang diperhatikan disaat ingin membeli suatu makanan/minuman tradisional.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemasaran.....	10
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Umur.....	42
Gambar 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokesdastisitas.....	62



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skala Likert Sugiyono (2018).....	32
Tabel 3.2 Variabel & Definisi Operasional.....	33
Tabel 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Domisi.....	44
Tabel 4.2 Kategori Penelitian menggunakan Rumus Interval Menurut Widoyoko.....	46
Tabel 4.3 Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk.....	47
Tabel 4.4 Jawaban Responden untuk Variabel Harga.....	49
Tabel 4.5 Jawaban Responden untuk Variabel Promosi.....	51
Tabel 4.6 Jawaban Responden untuk Variabel Minat Beli.....	53
Tabel 4.7 Uji Validitas.....	55
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov (K-S)</i>	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	65
Tabel 4.15 Hasil Analisis R dan R ²	67
Tabel 4.16 Implikasi Manajerial.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Hasil Pra-Survey.....	A1
B. Kuisisioner.....	B1
C. Hasil Kuisisioner.....	C1
D. Hasil Validasi Data.....	D1



