

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Produk Dan Layanan .....	4
1.2 Latar Belakang Permasalahan .....	5
1.3 Perumusan Masalah .....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian .....	14
1.6 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	16
2.1.1 Pemasaran .....	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.3 Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran .....	16
2.1.4 Strategi Pemasaran .....	17
2.1.4.1 Konsep Strategi Pemasaran.....	18

2.1.4.2	Klasifikasi Strategi Pemasaran.....	18
2.1.5	STP ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ).....	20
2.1.5.1	<i>Segmenting</i> .....	21
2.1.5.2	<i>Targeting</i> .....	23
2.1.5.3	<i>Positioning</i> .....	24
2.1.6	Perilaku Konsumen.....	25
2.1.7	Minat Beli Konsumen.....	26
2.1.8	Hubungan Strategi Pemasaran Dengan Minta Beli.....	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	46
2.4	Hipotesis Penelitian.....	48
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	49
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>50</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	50
3.2	Variabel Penelitian, Variabel Operasional, Skala Pengukuran.....	50
3.2.1	Variabel Penelitian.....	50
3.2.2	Variabel Operasional.....	51
3.2.3	Skala Pengukuran.....	53
3.3	Tahapan Penelitian.....	54
3.4	Populasi Dan Sampel.....	56
3.4.1	Populasi.....	56
3.4.2	Sampel.....	56
3.4.3	Teknik Sampling.....	57
3.5	Pengumpulan Data.....	57
3.5.1	Data Primer.....	57

3.5.2	Data Sekunder .....	57
3.5.3	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6	Teknik Pengujian Data.....	58
3.6.1	Uji Validitas .....	58
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	60
3.7	Teknik Analisis Data .....	62
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	62
3.7.2	<i>Method of Successive Interval</i> (MSI) .....	64
3.7.3	Uji Asumsi Klasik .....	65
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	66
3.7.5	Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	67
3.7.6	Uji Hipotesis Parsial (Uji T) .....	68
3.7.7	Koefisien Determinasi .....	69
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>70</b>
4.1	Pengumpulan Data.....	70
4.2	Karakteristik Responden.....	70
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Lama Penggunaan Produk .....	72
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Memiliki Produk .....	72
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	73
4.2.5	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	74
4.3	Hasil Penelitian.....	74
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	75
4.3.2	Tanggapan Mengenai Variabel Strategi Pemasaran (X) .....	75
4.3.3	Tanggapan Mengenai Variabel Minat Beli Konsumen (Y).....	83

4.4 Method of Successive Interval (MSI).....	87
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	87
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
4.6.1 Pengujian Hipotesis .....	93
4.7 Analisis Hasil Pembahasan dan Penelitian .....	98
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>102</b>
5.1 Kesimpulan .....	102
5.2 Saran .....	103
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	103
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN</b>	