

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Produk Mixue Indonesia	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	14
1.4 Pertanyaan Penelitian	15
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran	18
2.1.3 Produk (Product)	20
2.1.4 Tempat (Place)	21
2.1.5 Harga (Price)	22
2.1.6 Promosi (Promotion)	25
2.1.7 Keunggulan Kompetitif (Competitive Advantage)	27
2.2 Hubungan Antara Bauran Pemasaran Terhadap Keunggulan Kompetitif	28
2.3 Penelitian Terdahulu.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran	45
2.5 Hipotesis Penelitian	46
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	49
3.2.1 Operasional Variabel	49
3.2.2 Skala Pengukuran	54
3.3 Tahapan Penelitian	55
3.4 Populasi dan Sampel	55
3.4.1 Populasi.....	55
3.4.2 Sampel	55
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	57
3.5 Pengumpulan Data.....	57
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	58
3.6.1 Uji Validitas	58

3.6.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.7 Methode of Successive Interval.....	61
3.8 Teknik Analisis Data.....	62
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	62
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	64
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
3.8.4 Uji Hipotesis.....	66
3.8.5 Koefisien Determinasi (R ²)	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Pengumpulan Data.....	70
4.2 Karakteristik Responden	70
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	73
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kapan Terakhir Memakan Ice Cream .	74
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli Mixue Dalam Sebulan	74
4.3 Hasil Penelitian.....	75
4.3.1 Analisis Deskriptif	76
4.3.2 Method of Successive Interval (MSI).....	88
4.4 Uji Asumsi Klasik	88
4.4.1 Pengujian Prasyarat Analisis.....	88
4.5 Analisis Regresi Berganda	92
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Berganda	92
4.5.2 Uji Hipotesis	93
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	96
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
4.6.1 Deskripsi analisis responden	97

4.6.2 Deskripsi Analisis Variabel Product	97
4.6.3 Deskripsi Analisis Variabel Price.....	98
4.6.4 Deskripsi Analisis Variabel Place	98
4.6.5 Deskripsi Analisis Variabel Promotion	99
4.6.6 Deskripsi Analisis Variabel Keunggulan Bersaing	99
4.6.7 Product Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Competitive Advantage	99
4.6.8 Price Berpengaruh Signifikan Terhadap Competitive Advantage	100
4.6.9 Place Berpengaruh Signifikan terhadap Competitive Advantage	100
4.6.10 Promotion Berpengaruh Signifikan terhadap Competitive Advantage	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
5.2.1 Saran Praktis	103
5.2.2 Saran Teoritis	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	113