

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Pemasaran Agribisnis dan Produk Hilir Perikanan	9
2.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) 7P	10
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.5 Minat Beli	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	15
2.4 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
3.2 Metode Penelitian	18
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	19

3.4 Teknik Penentuan Sampel	19
3.5 Definisi dan Operasional Variabel	21
3.5.1 Definisi Variabel	21
3.5.2 Operasional Variabel	22
3.6 Kerangka Analisis	23
3.6.1 Analisis Deskriptif	23
3.6.2 Uji Validitas.....	25
3.6.3 Uji Reliabilitas	26
3.6.4 Transformasi Data (<i>Method of Successive Interval</i>)	27
3.6.5 Uji Asumsi Klasik	28
3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.6.6 Uji Hipotesis	30
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	33
4.1 Sejarah Singkat Owen Pusat Oleh-Oleh Pangandaran.....	33
4.2 Lokasi dan Fasilitas Perusahaan	34
4.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	34
4.4 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	35
4.5 Identifikasi Produk Olahan Perikanan	36
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	38
5.1 Karakteristik Responden	38
5.1.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	38
5.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
5.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	39
5.1.4 Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah	40
5.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli....	41
5.2 Gambaran Bauran Pemasaran Di Owen Pusat Oleh-oleh.....	43
5.2.1 Deskripsi Variabel Produk (X ₁).....	43
5.2.2 Deskripsi Variabel Harga (X ₂)	44
5.2.3 Deskripsi Variabel Tempat (X ₃)	45
5.2.4 Deskripsi Variabel Promosi (X ₄).....	45
5.2.5 Deskripsi Variabel Orang (X ₅)	46
5.2.6 Deskripsi Variabel Proses (X ₆).....	47
5.2.7 Deskripsi Variabel Bukti Fisik (X ₇)	48

5.3 Gambaran Minat Beli di Owen Pusat Oleh-Oleh.....	49
5.3.1 Deskripsi Variabel Minat Beli.....	49
5.4 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli.....	50
5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
5.4.2 Uji Koefisien Determinasi	51
5.4.3 Uji F (Uji Simultan)	51
5.4.4 Uji t (Uji Parsial).....	52
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	60
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	86