

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi .....	i
Halaman Judul Skripsi .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi .....	v
Halaman Motto .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Abstrak .....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi .....	xi
Daftar Tabel .....	xvi
Daftar Gambar .....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	7
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.3 Konsep Pemasaran .....	16
2.2.4 Strategi Pemasaran .....	18
2.2.5 Perilaku Konsumen .....	20
2.2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	20
2.2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
2.2.5.3 Model Perilaku Konsumen .....	28
2.2.5.4 Tipe Perilaku Pembelian Konsumen .....	29
2.2.6 Pentingnya Atribut .....	31
2.2.7 Marketing Mix ( Bauran Pemasaran ).....	34
2.2.7.1 Pengertian Marketing Mix .....	35
2.2.7.2 Variabel Marketing Mix .....	36
2.3 Model Empiris/Kerangka Teoritis .....	47
2.4 Formulasi Hipotesis .....	48

## BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Perusahaan Batik “Dinar Hadi” .....	49
3.1.1 Sejarah dan Perkembangan Berdirinya Perusahaan .....	49

3.1.2 Lokasi Perusahaan .....	51
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	52
3.1.4 Pemasaran .....	59
3.1.5 Produk .....	60
3.1.6 Harga .....	61
3.1.7 Distribusi/Tempat .....	62
3.1.8 Promosi .....	63
3.2 Metode Penelitian .....	64
3.2.1 Lokasi Penelitian .....	64
3.2.2 Variabel Penelitian .....	64
3.2.3 Definisi Operasional Variabel .....	64
3.2.4 Instrumen atau Alat Pengumpul Data .....	66
3.2.5 Data dan Teknik Pengumpul Data .....	68
3.2.5.1 Jenis Data .....	68
3.2.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.2.6 Populasi dan Sampel .....	70
3.2.6.1 Pengertian Populasi dan Sampel .....	70
3.2.6.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	70
3.2.7 Teknik Analisis .....	71
3.2.7.1 Analisis Deskriptif .....	71
3.2.7.2 Analisis Statistika .....	71

## BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	76
4.1.1 Uji Validitas .....	76
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	78
4.2 Analisis Deskriptif .....	79
4.2.1 Karakteristik Konsumen .....	79
4.2.1.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	79
4.2.1.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	80
4.2.1.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	81
4.2.1.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	81
4.2.1.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	82
4.2.2 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Marketing Mix Toko Batik Danar Hadi .....	83
4.2.2.1 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk ...	83
4.2.2.2 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Harga .....	84
4.2.2.3 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Tempat/Distribusi .....	84
4.2.2.4 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Promosi ..	85

4.3 Analisis Statistika .....	87
4.3.1 Analisis Chi Square dan Koefisien Kontingensi .....	87
4.3.1.1 Hubungan Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dengan Atribut Marketing Mix ....	88
4.3.1.2 Hubungan Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia dengan Atribut Marketing Mix .....	89
4.3.1.3 Hubungan Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan dengan Atribut Marketing Mix .....	90
4.3.1.4 Hubungan Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan dengan Atribut Marketing Mix .....	91
4.3.1.5 Hubungan Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan dengan Atribut Marketing Mix .....	92
4.4 Pembahasan dan Implikasi Pemasaran .....	95
4.4.1 Produk .....	96
4.4.2 Harga .....	96
4.4.3 Tempat/Distribusi .....	97
4.4.4 Promosi .....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran-Saran .....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	102

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.2 Tabel Kontingensi .....	72
4.1 Hasil Uji Validitas .....	77
4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	78
4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	79
4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	80
4.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	81
4.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	81
4.7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	82
4.8 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk .....	83
4.9 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Harga .....	84
4.10 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Tempat/Distribusi .....	84
4.11 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Promosi .....	85
4.12 Rangkuman Penilaian Setuju Konsumen Terhadap Atribut Mamix...	86
4.13 Hubungan Jenis Kelamin dengan Atribut Marketing Mix .....	88
4.14 Hubungan Usia dengan Atribut Marketing Mix .....	89
4.15 Hubungan Pekerjaan dengan Atribut Marketing Mix .....	90
4.16 Hubungan Pendapatan dengan Atribut Marketing Mix .....	91
4.17 Hubungan Pendidikan dengan Atribut Marketing Mix .....	92
4.18 Rangkuman Hasil Chi Square Secara Keseluruhan .....	94
4.19 Rangkuman Hasil Perhitungan Koefisien Kontingensi .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen .....	28
2.2 Tipe Perilaku Pembelian .....	30
2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pentingnya Atribut .....	31
2.4 4P Dalam Bauran Pemasaran .....	34
2.5 Hubungan 4P dengan 4C .....	35
2.6 Kerangka Pemikiran .....	48
3.1 Struktur Organisasi PT. Batik Danar Hadi Surakarta .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- A. Kuisisioner
- B. Rekapitulasi Jawaban Responden
- C. Tabel Frekuensi Analisis Kualitatif
- D. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- E. Hasil Analisis Chi Square dan Koefisien Kontingensi
- F. Surat Ijin Penelitian

