

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Dasar Teori	7
2.2.1. Pemasaran.....	7
2.2.2. Manajemen Pemasaran	8
2.2.3. Bauran Pemasaran	8
2.2.4. Perilaku Konsumen.....	10
2.2.5. Kepuasan konsumen	11
2.3. Kerangka Pemikiran.....	15
2.4. Hipotesis.....	17
III. METODE PENELITIAN.....	18
3.1. Metode Pengambilan Sampel.....	18
3.1.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
3.1.2. Populasi dan Sampel Penelitian	18
3.2. Jenis dan Sumber Data	19



3.3.	Teknik Pengumpulan Data	20
3.4.	Asumsi dan Pembatasan Penelitian.....	20
3.5.	Definisi Operasional.....	21
3.6.	Metode Analisis Data	22
3.6.1.	Tingkat Kepuasan Konsumen Bawang Merah Goreng Superbram	22
3.6.2.	Uji Validitas	23
3.6.3.	Uji Reliabilitas	23
3.6.4.	<i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	24
3.6.5.	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	28
IV.	GAMBARAN UMUM PERUSAHAN DAN BAURAN PEMASARAN.....	31
4.1.	Lokasi dan Profil KWT	31
4.2.	Produk Bawang Merah Goreng Superbram	32
4.3.	Proses Produksi Bawang Merah Goreng Superbram	34
4.4.	Penerapan Bauran Pemasaran Superbram.....	36
4.4.1.	Produk (<i>product</i>)	36
4.4.2.	Harga (<i>price</i>)	37
4.4.3.	Tempat (<i>place</i>)	37
4.4.4.	Promosi (<i>promotion</i>).....	37
4.4.5.	Orang (<i>people</i>)	39
4.4.6.	Proses (<i>process</i>)	39
4.4.7.	Bukti Fisik (<i>physical evidence</i>).....	39
4.5.	Penerapan Bauran Pemasaran dan Potensi Pengembangan Produk Bawang Merah Goreng.....	40
V.	KARAKTERISTIK KONSUMEN.....	46
5.1.	Jenis Kelamin	46
5.2.	Usia.....	47
5.3.	Pendidikan Terakhir	48
5.4.	Domisili.....	49
5.5.	Pekerjaan	49
5.6.	Rerata Pendapatan Perbulan.....	50
5.7.	Lokasi Pembelian	51
5.8.	Media Sosial yang Sering Digunakan.	51
VI.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
6.1.	Tingkat Kepuasan Konsumen Bawang Merah Goreng Superbram	53
6.1.1.	Hasil Uji Validitas	53



6.1.2.	Hasil Uji Reliabilitas	55
6.1.3.	Hasil <i>Customer Satisfaction Indeks</i> (CSI)	55
6.2.	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	57
VII.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
7.1.	Kesimpulan.....	72
7.2.	Saran.....	72
	DAFTAR PUSTAKA.....	74
	LAMPIRAN.....	79