

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR..... xiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 12

1.2.1 Idenifikasi masalah 12

1.2.2 Rumusan Masalah..... 13

1.3 Tujuan Penelitian 13

1.4 Manfaat Penelitian..... 13

1.4.1 Manfaat Teoritis 13

1.4.2 Manfaat Praktis 14

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
..... 15**

2.1 Kajian Pustaka..... 15

2.1.1 Teori Ilmu Manajemen (*Grand Theory*) 15

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 15

2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen 16

2.1.1.3 Unsur-unsur Manajemen 17

2.1.1.4 Jenis-jenis Manajemen 19

2.1.2 Manajemen Pemasaran (*Middle Theory*) 22

2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran 22

2.1.2.2 Pengertian Pemasaran 23

2.1.2.3 Pengertian Bauran Pemasaran..... 24

2.1.3	<i>Product Characteristis (Applied Theory)</i>	26
2.1.3.1	<i>Pengertian Product Characteristics (Karakteristik Produk)</i>	26
2.1.3.2	Indikator-indikator <i>Product Characteristics</i>	27
2.1.4	<i>Brand Image (Citra Merek)</i>	28
2.1.4.1	Pengertian <i>Brand Image (Citra Merek)</i>	28
2.1.4.2	Faktor-faktor pembentuk <i>Brand Image (Citra Merek)</i>	29
2.1.4.3	Indikator-indikator <i>Brand Image (Citra Merek)</i>	30
2.1.5	<i>Costumer Buying Interest (Minat Beli Konsumen)</i>	31
2.1.5.1	Pengertian <i>Costumer Buying Interest (Minat Beli Konsumen)</i> ..	31
2.1.5.2	Indikator Minat Beli	32
2.2	Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	33
2.3	Kerangka Pemikiran.....	36
2.3.1	Pengaruh <i>Product Characteristics</i> terhadap <i>Costumer Buying Interest</i>	36
2.3.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Costumer Buying Interest</i>	37
2.3.3	Pengaruh <i>Product Characteristics</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Costumer Buying Interest</i>	38
2.4	Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Metode Penelitian yang digunakan	41
3.2	Definisi dan Operasional Variabel	42
3.2.1	Definisi Variabel.....	42
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	43
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.3.1	Populasi.....	45
3.3.2	Sampel	46
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1	Sumber Data	48
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5	Teknik Analisis Data.....	50

3.5.1	Pengaruh <i>Product Characteristic</i> terhadap <i>Costumer Buying Interest</i>	50
3.5.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Costumer Buying Interest</i>	54
3.5.3	Pengaruh <i>Product Characteristics</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Costumer Buying Interest</i>	57
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	61
3.6.1	Tempat Penelitian	61
3.6.2	Waktu Penelitian.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1	Hasil Penelitian	62
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1.1	Profil Sinar Bhakti	62
4.1.1.2	Produk-produk Sinar Bhakti	62
4.1.1.3	Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan Sinar Bhakti.....	63
4.1.2	Karakteristik Responden	66
4.1.3	Deskripsi Variabel.....	68
4.1.3.1	Tanggapan Responden tentang <i>Product Characteristics</i> (X1)	68
4.1.3.2	Tanggapan Responden tentang <i>Brand Image</i> (X2).....	82
4.1.3.3	Tanggapan Responden tentang <i>Costumer Buying Interest</i> (Y).....	94
4.1.4.1	Hasil Penelitian tentang Pengaruh <i>Product Characteristics</i> Terhadap <i>Costumer Buying Interest</i>	109
4.1.4.2	Hasil Analisis Tentang Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Costumer Buying Interest</i>	115
4.1.4.3	Hasil Analisis Tentang Pengaruh <i>Product Characteristics</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Costumer Buying Interest</i>	122
4.2	Pembahasan.....	131
4.2.1	Pengaruh <i>Product Characteristics</i> terhadap <i>Costumer Buying Interest</i> Sinar Bhakti Electronic dan Furniture Banjar	131
4.2.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Costumer Buying Interest</i> Sinar Bhakti Electronic dan Furniture Banjar	132

4.2.3 Pengaruh Product Characteristics dan Brand Image terhadap Costumer Buying Interest Sinar Bhakti Electronic dan Furniture Banjar	133
--	-----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... 134

5.1 Simpulan	134
--------------------	-----

5.2 Saran.....	135
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Costumer Buying Interest Pada Konsumen Toko Sinar Bhakti Electronic & Furniture	4
Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Product Characteristics Pada Konsumen Toko Sinar Bhakti Electronic Dan Furniture Banjar	6
Tabel 1.3 Hasil Pra Survei Brand Image Pada Konsumen Toko Sinar Bhakti Electronic Dan Furniture Banjar	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	33
Tabel3. 1 Operasionalisasi Variabel	43
Tabel 3. 2 Data Pelanggan Toko Sinar Bhakti Pada Bulan April-Juli 2023	46
Tabel 3. 3 Pilihan Jawaban Dan Skala Likert	50
Tabel 3. 4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	52
Tabel 3.5 Waktu Penelitian	61
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	68
Tabel 4. 5 Interpretasi	69
Tabel 4. 6 Tanggapan responden atas pernyataan berminat membeli produk yang ada di Sinar Bhakti	69
Tabel 4. 7 Tanggapan responden atas pernyataan melakukan keputusan pembelian produk diskon yang ditawarkan Sinar Bhakti	70
Tabel 4. 8 Tanggapan responden atas pernyataan melakukan pembelian produk berulang di Sinar Bhakti.....	71
Tabel 4. 9 Tanggapan responden atas pernyataan ingin membeli barang yang ada di Sinar Bhakti karena referensi dari teman	72
Tabel 4. 10 Tanggapan responden atas pernyataan merekomendasikan produk-produk di Sinar Bhakti kepada teman dan tetangga sekitar	73
Tabel 4. 11 Tanggapan responden atas pernyataan merekomendasikan produk-produk Sinar Bhakti di media sosial	74

Tabel 4. 12	Tanggapan responden atas pernyataan jika produk yang anda sukai tidak ada, anda akan memilih produk yang lain.....	74
Tabel 4. 13	Tanggapan responden atas pernyataan jika produk yang akan dibeli tidak ada, akan tetap menunggu sampai produk tersebut ada	75
Tabel 4. 14	Tanggapan responden atas pernyataan jika model barang yang dipilih tidak ada, akan mencari model yang serupa.....	76
Tabel 4. 15	Tanggapan responden atas pernyataan jika model barang yang dipilih tidak ada, akan mencari model yang serupa.....	77
Tabel 4. 16	Tanggapan responden atas pernyataan jika model barang yang dipilih tidak ada, akan mencari model yang serupa.....	78
Tabel 4. 17	Tanggapan responden atas pernyataan akan mencari informasi tentang produk yang terbaru	78
Tabel 4. 18	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Variabel Product Characteristics	79
Tabel 4. 19	Interpretasi	81
Tabel 4. 20	Interpretasi	83
Tabel 4. 21	Tanggapan responden atas pernyataan Sinar Bhakti memiliki kualitas produk yang baik.....	83
Tabel 4. 22	Tanggapan responden atas pernyataan produk Sinar Bhakti nyaman saat digunakan.....	84
Tabel 4. 23	Tanggapan responden atas pernyataan Sinar Bhakti memiliki estetika produk yang berkualitas	84
Tabel 4. 24	Tanggapan responden atas pernyataan setiap produk yang ditawarkan mencerminkan komitmen untuk kualitas dan keunggulan.....	85
Tabel 4. 25	Tanggapan responden atas pernyataan produk yang dijual Sinar Bhakti memiliki ciri-cifri khusus	86
Tabel 4. 26	Tanggapan responden atas pernyataan produk Sinar Bhakti memiliki keawetan dalam jangka waktu lama.....	86
Tabel 4. 27	Tanggapan responden atas pernyataan produk yang ditawarkan memiliki keunikan yang berbeda dari yang lain	87

Tabel 4. 28	Tanggapan responden atas pernyataan produk yang dibuat Sinar Bhakti menyertakan teknologi terkini untuk memberikan kinerja baik	88
Tabel 4. 29	Tanggapan responden atas pernyataan produk Sinar Bhakti memiliki desain yang berbeda dengan model produk lain	89
Tabel 4. 30	Tanggapan responden atas pernyataan desain produk Sinar Bhakti sesuai dengan yang diharapkan	89
Tabel 4. 31	Tanggapan responden atas pernyataan desain produk Sinar Bhakti selalu up to date sesuai perkembangan zaman	90
Tabel 4. 32	Tanggapan responden atas pernyataan produk yang dibuat Sinar Bhakti menciptakan penampilan yang elegan	91
Tabel 4. 33	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Variabel Brand Image	92
Tabel 4. 34	Interpretasi	94
Tabel 4. 35	Interpretasi	95
Tabel 4. 36	Tanggapan responden atas pernyataan sinar bhakti sudah terkenal dikalangan masyarakat	95
Tabel 4. 37	Tanggapan responden atas pernyataan produk barang elektronik dan furniture yang dijual sudah terkenal karakteristiknya	96
Tabel 4. 38	Tanggapan responden atas pernyataan produk barang elektronik dan furniture yang sinar bhakti jual memiliki merek dan kualitas yang baik	97
Tabel 4. 39	Tanggapan responden atas pernyataan sebelum dipasarkan produk yang dijual dicek terlebih dahulu	98
Tabel 4. 40	Tanggapan responden atas pernyataan produk sinar bhakti memenuhi standar ekspektasi pelanggan	98
Tabel 4. 41	Tanggapan responden atas pernyataan model yang dijual sangat stylish sehingga terlihat mewah	99
Tabel 4. 42	Tanggapan responden atas pernyataan produk barang elektronik dan furniture relative lebih komplit dan banyak pilihan	100
Tabel 4. 43	Tanggapan responden atas pernyataan produk yang dijual memiliki inovasi terkini	101

Tabel 4. 44 Tanggapan responden atas pernyataan sinar bhakti memiliki citra merek yang baik	102
Tabel 4. 45 Tanggapan responden atas pernyataan pelayanan yang ramah dalam membangun kesan positif terhadap citra merek sinar bhakti	102
Tabel 4. 46 Tanggapan responden atas pernyataan produk barang elektronik dan furniture mudah ditemukan di sinar bhakti	103
Tabel 4. 47 Tanggapan responden atas pernyataan banyaknya produk-produk populer sehingga menarik pelanggan	104
Tabel 4. 48 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Variabel Costumer Buying Interest..	105
Tabel 4. 49 Interpretasi	107
Tabel 4. 50 Nilai-nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	39
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Sinar Bhakti Electronic dan Furniture Banjar...	64