

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Landasan Teori	9
F. Penelitian Terdahulu	32
G. Kerangka Pemikiran.....	36
H. Hipotesis.....	37
I. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
J. Batasan Penelitian	44
K. Metodologi Penelitian	44
L. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	51
BAB II. GAMBARAN UMUM THIWUL AYU MBOK SUM	59
A. Sejarah Thiwul Ayu Mbok Sum	59
B. Proses Pembuatan	60
C. Pemasaran Produk.....	64
D. Personalia	65
E. Kemitraan.....	66
BAB III. IDENTITAS RESPONDEN THIWUL AYU MBOK SUM.....	69
A. Deskripsi Identitas Responden Penelitian	69

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PENGUJIAN HIPOTESIS	74
A. Deskripsi Variabel Penelitian.....	74
B. Hasil Uji <i>Structural Equation Modeling</i>	83
C. Rumusan Strategi Pemasaran.....	88
D. Pengujian Hipotesis.....	89
BAB V. PEMBAHASAN	94
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	32
Tabel 1.2 Identifikasi Variabel, Dimensi, Indikator dan Pengukuran.....	40
Tabel 1.3 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 1.4 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 2 Daftar Varian Rasa dan Harga Thiwul Ayu Mbok Sum.....	65
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Product</i>	74
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price</i>	75
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Place</i>	76
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Promotion</i>	77
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>People</i>	79
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Physical evidence</i>	80
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Process</i>	81
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase decision</i>	82
Tabel 4.9 <i>Assesment of Normality Data</i>	85
Tabel 4.10 Evaluasi <i>Goodness of Fit Model Overall</i> Pada <i>SEM</i>	86
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>SEM Regression Weights</i> Pada Setiap Indikator	87
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>SEM Regression Weights: Variabel Product, Price, Promotion, People, Physical Evidence, Process dan Purchase Decision</i>	89
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>SEM Standardized Regression Weights : Variabel Product, Price, Promotion, People, Physical Evidence, Process dan Purchase Decision</i>	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 1.2 Model Penelitian	51
Gambar 2.1 Proses Pamarutan Kelapa	59
Gambar 2.2 Proses Penghalusan gula Jawa	61
Gambar 2.3 Proses Pencampuran Bahan Baku	62
Gambar 2.4 Proses Pengkukusan Thiwul.....	63
Gambar 2.5 Proses Pendinginan Thiwul	63
Gambar 2.4 Proses Pengemasan Thiwul	64
Gambar 3.1 Proses Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Gambar 3.2 Proses Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	71
Gambar 3.3 Proses Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	72
Gambar 3.4 Proses Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Gambar 4.1 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Identitas Responden Thiwul Ayu Mbok Sum

Lampiran 4.1 Skor Jawaban Variabel *Product*

Lampiran 4.2 Skor Jawaban Variabel *Price*

Lampiran 4.3 Skor Jawaban Variabel *Place*

Lampiran 4.4 Skor Jawaban Variabel *Promotion*

Lampiran 4.5 Skor Jawaban Variabel *People*

Lampiran 4.6 Skor Jawaban Variabel *Physical Evidence*

Lampiran 4.7 Skor Jawaban Variabel *Process*

Lampiran 4.8 Skor Jawaban Variabel *Purchase Decision*

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuesioner Menggunakan
SPSS 22

Lampiran 6 Hasil Uji Pengolahan Data Menggunakan AMOS 24

Lampiran 7 Dokumentasi