

ABSTRAK

Dengan melihat Bali sebagai suatu tujuan wisata yang sangat diminati oleh seluruh turis lokal maupun mancanegara serta pasar ekonomi yang sangat berkembang di Indonesia, sehingga banyak para pebisnis melakukan usahanya dengan menjual produk yang berhubungan dengan Bali.

Tujuan dari penelitian ini sendiri antara lain : 1.) Menganalisis keseluruhan dari program bauran pemasaran yang mempengaruhi akan minat beli konsumen. 2.) Menganalisis apa yang memang diminati konsumen.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yaitu dimana penulis datang langsung dan bertanya kepada konsumen / responden. Metode yang dilakukan yaitu dengan metode wawancara dan antara penulis dan responden terjadi percakapan secara langsung mengenai produk yang berkaitan dengan bauran pemasaran. Penulis melakukan pengambilan data dengan mewawancarai responden secara langsung.

Hasil pengolahan data, program bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen cukup kuat, tetapi perusahaan kaos Baliku harus selalu melakukan inovasi guna memenuhi kebutuhan dari konsumennya dan konsumen melakukan *re-purchasing* / pembelian ulang pada produk.

Kata Kunci : Bauran pemasaran, minat beli konsumen, produk kaos perusahaan Baliku.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	6
2.3 Produk.....	9
2.4 Harga.....	14
2.5 Tempat.....	16
2.6 Promosi.....	17
2.7 Pengertian Strategi Pemasaran... ..	19
2.7.1 Manfaat Strategi Pemasaran.....	20
2.7.2 Tujuan yang akan Dicapai dalam Strategi Pemasaran.....	20
2.8 Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	22

2.8.1 Faktor Budaya.....	23
2 .8.2 Faktor Sosial.....	24
2 .8.3 Faktor Pribadi.....	25
2 .8.4 Faktor Psikologis.....	27
2.9 Minat Beli.....	29

BAB III METODE DAN BAHAN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Metode yang Digunakan.....	34
3.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	34
3.4 Operasional Variabel	35
3.5 Pengolahan Data.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	37
4.2 Produk.....	38
4.3 Harga	42
4.4 Lokasi.....	46
4.5 Promosi.....	50
4.6 Minat Beli.....	54
4.7 Pembahasan.....	58
4.7.1 Seputar Produk Mempengaruhi Minat Beli.....	58
4.7.2 Seputar Harga Mempengaruhi Minat Beli.....	58

4.7.3	Seputar Lokasi Mempengaruhi Minat Beli.....	59
4.7.4	Seputar Promosi Mempengaruhi Minat Beli.....	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA.....	63
RIWAYAT HIDUP.....	64
DAFTAR PERTANYAAN PENULIS KEPADA RESPONDEN.....	66
LAMPIRAN	68