

## **ABSTRACT**

*Product mix constraints are poor quality product like miss cutting, miss printing poor orderly glueing, and poor time delivery. Price mix constraints are uncompetitive price, and no credit sales for special customer.*

*Objective research are describe product mix performance, describe price mix performance, and determine product mix performance and price mix performance toward buying interest.*

*Research method used is survei method, consist of product mix performance and price mix performance as independent variabel and buying interest as dependent variabel. Data used are primary and secondary, which collect trough qustionare, interview, and library research. Statistic calculations are correlations simultan and partial, double regretion, t test and F test.*

*Product mix performance has going in good way, but desingn, feature, service, are not good enough. Price mix performance has going in good way, but price list in not complete and no credit sales. Determine product mix performance and price mix performance toward buying interest equal to 63,10% and it is significant.*

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6

## BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Ruang Lingkup Produk .....	8
2.1.2 Bauran Produk.....	9
2.1.2.1 Product Variety .....	10
2.1.2.2 Quality.....	11
2.1.2.3 Design .....	11

2.1.2.4 Features .....	12
2.1.2.5 Brand Name .....	12
2.1.2.6 Packaging .....	15
2.1.2.7 Sizes .....	17
2.1.2.8 Services .....	18
2.1.2.9 Warranties.....	19
2.1.2.10 Returns .....	20
2.1.3 Harga .....	20
2.1.4 Bauran Harga .....	21
2.1.5 Sikap Konsumen .....	22
2.1.6 Strategi Mengubah Minat Konsumen .....	24
2.1.7 Hubungan Bauran Produk dan Bauran Harga .....	
dengan Minat Beli .....	29
2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
2.3 Hipotesis.....	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metode Yang Digunakan .....	36
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	37
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	37
3.3.1 Teknik Penarikan Sampel .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.5 Uji Instrumen .....	40
3.5.1 Uji Validitas .....	40
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	43

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Kinerja Bauran Produk Yang Terdiri Dari Keragaman Produk, Kualitas, Disain, Ciri/ Features, Merek, Kemasan, Ukuran, Pelayanan, Garansi, dan Imbalan .....	48
4.2 Kinerja Bauran Harga Yang Terdiri Dari Daftar Harga, Rabat/Diskon, Potongan Harga Khusus, Periode Pembayaran, dan Syarat Kredit.....	56
4.3 Minat Konsumen.....	60
4.4 Pengaruh Kinerja Bauran Produk Dan Kinerja Bauran Harga Terhadap Minat Konsumen.....	63

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran.....	71

#### **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	37
Tabel 3.2	Hasil uji validitas kinerja bauran produk .....	41
Tabel 3.3	Hasil uji validitas kinerja bauran harga.....	42
Tabel 3.3	Hasil uji validitas kinerja bauran harga.....	42
Tabel 3.4	Hasil uji reliabilitas kepuasan konsumen dan loyalitas merek	42
Tabel 3.5	Derajat Hubungan dan Penafsiran.....	47
Tabel 4.1	Ragam produk yang ditawarkan.....	48
Tabel 4.2	Kesesuaian antara spesifikasi dengan hasilnya .....	49
Tabel 4.3	Perbedaan disain dengan pesaing.....	50
Tabel 4.4	Keberadaan feature.....	51
Tabel 4.5	Kemudahan mengingat merek .....	52
Tabel 4.6	Kekuatan kemasan .....	53
Tabel 4.7	Ketersediaan berbagai ukuran .....	54
Tabel 4.8	Kehandalan pelayanan .....	54
Tabel 4.9	Keberadaan garansi produk.....	55
Tabel 4.10	Ketersediaan return .....	56
Tabel 4.11	Kelengkapan daftar harga .....	57
Tabel 4.12	Kepuasan terhadap diskon yang diberikan.....	57
Tabel 4.13	Kemudahan menyesuaikan harga dengan spesifikasi produk	58
Tabel 4.14	Pembayaran dengan cara kredit .....	59

Tabel 4.15	Kepuasan terhadap periode pembayaran yang diberikan....	59
Tabel 4.16	Informasi .....	60
Tabel 4.17	Daya tarik .....	61
Tabel 4.18	Keinginan untuk membeli .....	62
Tabel 4.19	Tindakan untuk membeli.....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Hierarki Tanggapan .....	23
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Data Ordinal Kinerja Bauran Produk

Data Ordinal Kinerja Bauran Harga

Data Ordinal Kinerja Minat Beli

Hasil Perhitungan SPSS