

Daftar Isi

| | |
|--|-----------|
| Halaman Sampul Luar | i |
| Halaman Sampul Dalam | ii |
| Halaman Persetujuan | iii |
| Halaman Pengesahan..... | iv |
| Halaman Motto | v |
| Halaman Persembahan | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | ix |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Gambar | xii |
| Daftar Lampiran | xiii |
| Abstrak | xv |
| <i>Abstract</i> | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Kegunaan Penelitian | 9 |
| E. Penegasan Istilah | 9 |
| F. Sistematika Penulisan | 14 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 16 |
| A. Landasan Teori..... | 16 |
| 1. Pengertian Minat Pembelian..... | 16 |
| 2. Marketing Mix..... | 19 |
| 3. Harga (Price) | 23 |
| 4. Promosi (Promotion)..... | 23 |
| 5. Tempat (Place) | 29 |
| 6. Bukti Fisik(<i>Physical Evidence</i>) | 32 |
| 7. Proses | 34 |
| 8. SDM (<i>People</i>)..... | 35 |

| | |
|--|----------------|
| 9. Faktor yang Meningkatkan Minat Pembelian Pada Ayam Goreng | |
| Mie Roso..... | 37 |
| B. Peneliti Terdahulu | 38 |
| C. Kerangka Berfikir..... | 41 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 41 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 42 |
| B. Lokasi Penelitian..... | 43 |
| C. Kehadiran Penelitian..... | 44 |
| D. Data Dan Sumber Data | 45 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 46 |
| F. Teknis Analisis Data | 49 |
| G. Pengecekan Keabsahan Data | 51 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN..... | 56 |
| A. Paparan Data Penelitian..... | 56 |
| B. Temuan Penelitian Analisis Marketing Mix 7P Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Ayam Goreng Mie Roso..... | 59 |
| C. Analisis Hasil Temuan Strategi Marketing Mix 7P Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Ayam goreng Mie Roso | 90 |
| D. Tabel Hasil Penelitian..... | 92 |
| BAB V PEMBAHASAN..... | 92 |
| A. Gambaran Objek | 92 |
| B. Analisi Marketing Mix 7P Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Ayam Goreng Mie Roso | 98 |
| BAB VI PENUTUP | 107 |
| A. Kesimpulan | 107 |
| B. Saran..... | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA | 110 |
| LAMPIRAN | - |
| | LAMPIRA |