

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	2
1.1.4 Jenis Produk yang Ditawarkan PT. NIION Indonesia Utama.....	5
1.1.5 Logo dan Makna Logo PT. NIION Indonesia Utama.....	7
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	15
1.4 Tujuan Penelitian .....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	16
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penelitian .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>18</b>
2.1 Rangkaian Teori .....	18
2.1.1 Pemasaran .....	18

2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	18
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	19
2.1.4 <i>Business Model Canvas</i> .....	22
2.1.5 <i>Value Propositions</i> .....	25
2.1.6 Minat Beli .....	28
2.1.7 Hubungan Value Proposition terhadap Minat Beli .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
2.4 Hipotesis.....	40
2.5 Ruang Lingkup.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	41
3.2.1 Variabel Penelitian .....	41
3.3 Skala Operasional.....	45
3.4 Tahapan Penelitian .....	46
3.5 Populasi dan Sampel .....	47
3.5.1 Populasi.....	47
3.5.2 Sampel.....	48
3.5.3 Teknik Sampling.....	49
3.6 Pengumpulan Data .....	49
3.6.1 Data Primer .....	49
3.6.2 Data Sekunder .....	49
3.6.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7 Uji Validitas, Realibilitas .....	50
3.7.1 Uji Validitas .....	50
3.7.2 Uji Realibilitas .....	51
3.8. Uji Asumsi Klasik.....	52
3.8.1 Uji Normalitas.....	52
3.8.2 Uji Heteroskedasitas .....	53

3.8.3 Uji Multikolenearitas .....	53
3.8.4 Uji Autokorelasi .....	53
3.9 Teknis Analisis Data .....	54
3.9.1 Analisi Deskriptif .....	54
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
3.10.1 Uji t .....	56
3.10.2 Uji F .....	57
3.10.3 Koefisien Determinasi.....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	59
4.1.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.1.2 Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	60
4.1.3 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan .....	60
4.1.4 Deskripsi Responden berdasarkan Pengeluaran Pembelian Tas dalam 1 Tahun .....	61
4.1.5 Deskripsi Responden berdasarkan Jumlah Pembelian Tas dalam 1 Tahun .....	62
4.2 Uji Validitas .....	63
4.3 Uji Realibilitas .....	65
4.4 Analisis Deskriptif .....	66
4.4.1 Analisis Deskriptif Value Proposition (X).....	66
4.4.2 Analisis Deskriptif Minat Beli (Y).....	71
4.5. Teori Asumsi Klasik .....	74
4.5.1 Uji Normalitas.....	74
4.5.2 Uji Heterokedasitas .....	76
4.5.3 Uji Multikolenearitas .....	77
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	77
4.6 Uji Regresi Linier Berganda .....	78
4.7 Uji T .....	80
4.8 Uji F .....	82

4.9 Koefisien Determinasi.....	83
4.10 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	86
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	87
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	89
Lampiran .....	92