DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGATAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR GAMBAR viii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 11

1.4 Manfaat Penelitian 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka 13

2.1.1 Manajemen Pemasaran 13

2.1.2 Bauran Pemasaran 14

2.1.2.1 *Product* (Produk) 16

2.1.2.2 *Price* (Harga) 20

2.1.2.3 *Place* (Tempat) 22

2.1.2.4 *Promotion* (Promosi) 25

2.1.2.5 *People* (Orang) 31

2.1.2.6 *Process* (Proses) 34

2.1.2.7 *Physical Evidence* (Bukti fisik) 37

2.1.3 Perilaku Konsumen 39

2.1.4 Minat 42

2.2 Penelitian Terdahulu Terkait Hubungan Antar Variabel 47

2.3 Kerangka Penelitian 55

2.4 Hipotesis Penelitian 57

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Tentang Kampung Adat Cireundeu 60
3.2 Metode Penelitian 71
3.3 Operasional Variabel 72
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data atau Informasi 76
3.4.1 Sumber Data atau Informasi 76
3.4.2 Cara Penentuan Data atau Informasi 77
3.4.2.1 Populasi Penelitian 77
3.4.2.2 Teknik Pengambilan Sampel 80
3.5 Teknik Pengumpulan Data 81
3.5.1 Uji Validitas 82
3.5.2 Uji Reliabilitas 84
3.6 Rancangan Analisis dan Hipotesis 85
3.6.1 Rancangan Analisis 85
3.6.2 Rancangan Uji Hipotesis 100

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden 102
4.2 Hasil Kajian Mengenai *Product* (Produk) di Kampung Adat Cireundeu 104
4.3 Hasil Kajian Mengenai *Price* (Harga) di Kampung Adat Cireundeu 107
4.4 Hasil Kajian Mengenai *Place* (Tempat) di Kampung Adat Cireundeu 110
4.5 Hasil Kajian Mengenai Variabel *Promotion* (Promosi) di Kampung Adat Cireundeu 113
4.6 Hasil Kajian Mengenai *People* (Orang) di Kampung Adat Cireundeu 115
4.7 Hasil Kajian Mengenai *Process* (Proses)) di Kampung Adat Cireundeu 118
4.8 Hasil Kajian Mengenai *Physical evidence* (Bukti Fisik) di Kampung Adat Cireundeu 120

4.9 Hasil Kajian Mengenai Minat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 123
4.10 Pengaruh Bauran Pemasaran dalam Menentukan Minat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 126
4.10.1 Analisis Model Pengujian Hipotesis 126
4.10.2 Pengujian Asumsi Klasik 126
4.11 Uji Hipotesis 126
4.11.1 Pengaruh *Product* (Produk) terhadapMinat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 128
4.11.2 Pengaruh *Price* (Harga) terhadapMinat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 130
4.11.3 Pengaruh *Place* (Tempat) terhadapMinat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 131
4.11.4 Pengaruh *Promotion* (Promosi) terhadapMinat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 132
4.11.5 Pengaruh *People* (Orang) terhadapMinat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 134
4.11.6 Pengaruh *Process* (Proses) terhadapMinat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 135
4.11.7 Pengaruh *Physical Evidence* (Bukti fisik) terhadapMinat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 136
4.11.8 Pengaruh Bauran pemasaran secara simutan terhadap Minat Berkunjung ke Kampung Adat Cireundeu 138
4.12 Analisis Faktor Pendukung 138
4.13 Analisis Faktor Penghambat 139
4.14 Implikasi Manajerial 140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 142
5.2 Saran 143
DAFTAR PUSTAKA 144

