

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN.....	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah	1
Identifikasi dan Perumusan Masalah	8
Rumusan Masalah.....	9
Tujuan Penelitian	10
Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
Kajian Penelitian Terdahulu	12
Konsep dan Teori.....	21
Pengertian Manajemen.....	21
Fungsi Manajemen.....	21
Manajemen Pemasaran.....	23
Bauran Pemasaran/Marketing Mix.....	25
Pemasaran Jasa.....	31
Perbedaan barang dan jasa	34
Strategi Pemasaran Jasa	37
Perilaku Konsumen	39
Aspek Minat Beli Konsumen.....	40
Faktor dalam minat beli	42
Wedding organizer.....	47

Pernikahan di masa pandemic covid-19.....	48 Kerangka
Berpikir.....	51
Hipotesis.....	51
BAB III	54
METODOLOGI PENELITIAN.....	54
Metode Penelitian	54 Jenis dan
Sumber Data.....	54 viii
Populasi dan Sampel.....	55
1. Populasi.....	55
2. Sampel.....	55
Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 2 Operasionalisasi Variabel	58
Teknik dan Pengumpulan Data.....	61
Teknik Analisis Data	63
Analisis Deskriptif	63
Uji Validitas.....	64
Uji Reliabilitas	64
Uji Regresi Linier Berganda	65
Uji Hipotesis	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
Hasil Penelitian.....	69 Profil
Responden.....	69 a. Umur
Responden.....	69
Analisis Statistik Deskriptif	70
Uji Validitas.....	85
Uji Reliabilitas	93
Analisis Regresi Linier Berganda	94

Uji Hipotesis	96 Koefisien
Determinasi.....	99
Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
BAB V.....	104
KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
KESIMPULAN.....	104
SARAN.....	106
Pernyataan Kuesioner	108
Jawaban Responden Variabel Harga (X1).....	112
Jawaban Responden Variabel Produk (X2).....	116
Jawaban Responden Variabel Promosi (X3)	120
Jawaban Responden Variabel Lokasi (X4).....	124
DAFTAR PUSTAKA	128 DAFTAR ISI
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN.....	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah	1
Identifikasi dan Perumusan Masalah	8
Rumusan Masalah.....	9
Tujuan Penelitian	10
Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
Kajian Penelitian Terdahulu	12
Konsep dan Teori.....	21

Pengertian Manajemen.....	21
Fungsi Manajemen.....	21
Manajemen Pemasaran.....	23
Bauran Pemasaran/Marketing Mix.....	25
Pemasaran Jasa.....	31
Perbedaan barang dan jasa	34
Strategi Pemasaran Jasa	37
Perilaku Konsumen	39
Aspek Minat Beli Konsumen.....	40
Faktor dalam minat beli	42
Wedding organizer.....	47
Pernikahan di masa pandemic covid-19.....	48
Kerangka Berpikir.....	51
Hipotesis.....	51
BAB III	54
METODOLOGI PENELITIAN.....	54
Metode Penelitian	54
Jenis dan Sumber Data.....	54 viii
Populasi dan Sampel.....	55
1. Populasi.....	55
2. Sampel.....	55
Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 2 Operasionalisasi Variabel	58
Teknik dan Pengumpulan Data.....	61
Teknik Analisis Data	63
Analisis Deskriptif	63
Uji Validitas.....	64

Uji Reliabilitas	64
Uji Regresi Linier Berganda	65
Uji Hipotesis	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
Hasil Penelitian.....	69 Profil
Responden.....	69 a. Umur
Responden.....	69
Analisis Statistik Deskriptif	70
Uji Validitas.....	85
Uji Reliabilitas	93
Analisis Regresi Linier Berganda	94
Uji Hipotesis	96
Koefisien Determinasi.....	99
Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
BAB V.....	104
KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
KESIMPULAN.....	104
SARAN.....	106
Pernyataan Kuesioner	108
Jawaban Responden Variabel Harga (X1).....	112
Jawaban Responden Variabel Produk (X2).....	116
Jawaban Responden Variabel Promosi (X3)	120
Jawaban Responden Variabel Lokasi (X4).....	124
DAFTAR PUSTAKA	128