

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
BIOGRAFI PENULIS	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah.....	3
1.3.Tujuan Penelitian.....	4
1.4.Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1.Tinjauan Teoritis	6
2.1.1.Produk Lemang	6
2.1.2.Definisi Pendapatan.....	7
2.1.3.Pemasaran	8
2.1.4.Strategi Pemasaran.....	9
2.1.5.Minat Beli Konsumen	16
2.1.6.Analisis Regresi.....	19
2.2.Penelitian Terdahulu.....	19
2.3.Kerangka Pikir Penelitian.....	22
2.4.Hipotesis Penelitian.....	25
III. METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1.Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2.Populasi dan Sampel.....	26
3.3.Jenis dan Sumber Data	27
3.4.Teknik Pengumpulan Data	28

3.5. Metode Analisis Data	28
3.5.1. Uji Instrumen Penelitian.....	29
3.5.2. Analisis Deskriptif.....	29
3.5.3. Analisis Pendapatan.....	30
3.5.4. Analisis Deskriptif Kuantitatif	30
3.5.5. Uji Normalitas Data.....	32
3.5.6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.5.7. Uji Koefisien Determinasi.....	33
3.5.8. Uji Hipotesis.....	34
3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	37
4.1. Keadaan Umum Lokasi Usaha Lemang	38
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	39
5.1. Identitas Responden.....	39
5.1.1. Identitas Responden Penjual Lemang.....	39
5.1.2. Identitas Responden Konsumen.....	43
5.2. Proses Produksi Lemang.....	44
5.3. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Lemang.....	47
5.4. Deskripsi Variabel Citarasa, Harga, Lokasi dan Promosi.....	52
5.5. Deskripsi Variabel Minat Beli Konsumen.....	55
5.6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	65
6.1. Kesimpulan.....	65
6.2. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

