

TESIS
ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
THE PRASETYA

Diajukan Untuk Mengikuti Sidang Tesis

Pada Program Magister Manajemen



Diajukan Oleh :

Yuliza Betty Harleoni

NPM.2022501029

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS IGM PALEMBANG

2024



FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS		
“ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK THE PRASETYA”		
Nama Mahasiswa : YULIZA BETTY HARLEONI NPM : 2022501029 Program Studi : Manajemen Program Magister Konsentrasi : Manajemen Pemasaran		
Telah Diuji Dalam Sidang Tesis Pada Tanggal 5 Agustus 2024		
No	Komisi Penguji Sidang Tesis,	Tanda Tangan
01	Dr. Tien Yustini., M.Si.CIRR.,CLMA NIDN. 0228047001 Ketua Komisi Penguji / Pembimbing Utama	
02	Dr. Hj.Luis Marsinah.,M.M.,CLMA.,CIQnR NIDN.0005096301 Anggota Komisi Penguji I	
03	Dr. Muhammad Wadud., S.E.,M.Si., CF.,CDM.,CMarcom NIDN. 0007077501 Anggota Komisi Penguji II	
Disetujui oleh; Dekan Fakultas Ekonomi, Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D NIDN. 0208048701		Diketahui oleh; Ketua Program Studi Manajemen Program Magister, Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501



FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Tesis ini diajukan oleh, Judul : Analisis Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada Produk The Prasetya Nama Mahasiswa : Yuliza Betty Harleoni NPM : 2022501029 Program Studi : Manajemen Program Magister	
Telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Sidang Tesis, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.	
Komisi Penguji Sidang Tesis,	
Ketua Komisi Penguji / Pembimbing Utama,	 Dr. Tien Yustini., M.Si.,CIRR.,CLMA NIDN. 0228047001
Anggota Komisi Penguji I	 Dr.Hj.Luis Marsinah.,M.M.,CLMA.,CIQnR NIDN. 0005096301
Anggota Komisi Penguji II	 Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501
Disahkan oleh:	
Ketua Program Studi Manajemen Program Magister,  Dr. Muhammad Wadud, S.E.,M.Si.,CF.,CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501	Dekan Fakultas Ekonomi,  Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D NIDN. 0208048701



FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

PERSETUJUAN PERBAIKAN TESIS

JUDUL TESIS

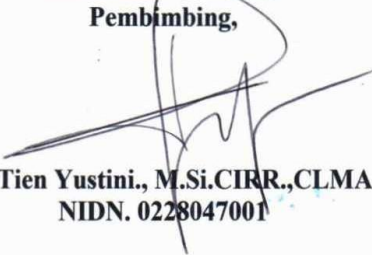
ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK THE PRASETYA

Nama Mahasiswa : YULIZA BETTY HARLEONI
NPM : 2022501029
Program Studi : Manajemen Program Magister
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah Memenuhi Kriteria Dan Disetujui Perbaikan Tesis

Palembang, 9 / 8 / 2024


Ketua Komisi-Penguji/
Pembimbing,


Dr. Tien Yustini., M.Si.CIRR.,CLMA
NIDN. 0228047001

Anggota Komisi Penguji I,


Dr.Hj.Luis Marsinah.,M.M.,CLMA.,CIQnR
NIDN. 0005096301

Anggota Komisi Penguji II,


Dr. Muhammad Wadud., S.E.,M.Si.,
CF.,CDM.,CMarcom
NIDN.0007077501


Palembang, 9/8 / 2024
Dekan Fakultas Ekonomi,


FAKULTAS EKONOMI
UIGM

Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D
NIDN. 0208048701

Palembang, 9/8 / 2024

Ketua Program Studi Manajemen
Program Magister,


Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF.,
CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501

PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama lengkap : YULIZA BETTY HARLEONI

NPM : 2022501029

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya tesis saya yang berjudul :

**"ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK THE PRASETYA"**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain dan benar-benar hasil penelitian saya, sesuai kode etik akademik penulisan ilmiah. Pengutipan hasil penelitian orang lain atau penggunaan teori penelitian, saya selalu disebutkan sumber kutipan yang bersangkutan. Jika saya melakukan *plagiarisme* dan melanggar pernyataan tersebut, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik yang berlaku di Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dan saya tanda tangani secara sadar dan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, / /
Yang Membuat Pernyataan



YULIZA BETTY HARLEONI
NPM. 2022501029

**DEKLARASI HAK CIPTA TESIS
DAN PERSEMBAHAN LICENSI TERBATAS
KEPADA PROGRAM MAGISTER EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI PALEMBANG**

DEKLARASI HAK CIPTA KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dengan ini, saya selaku penulis dan pemilik hak cipta kekayaan intelektual berupa tesis yang berjudul;

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK THE PRASETYA**

Dengan sebenarnya memberikan kewenangan terbatas kepada Program Studi Manajemen Program Magister Universitas Indo Global Mandiri Palembang; untuk menyimpan pada perpustakaan, menggandakan dan mensitasi untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Demikianlah deklarasi ini dibuat dengan sesungguhnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, / /
Yang Mendeklarasikan



**YULIZA BETTY HARLEONI
NPM. 2022501029**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yag Maha Esa atas segala berkat dan limpahan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul **“ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK THE PRASETYA”**. Tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Magister Manajemen di Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Di dalam proses penulisan tesis ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada;

1. Rektor Universitas Indo Global Mandiri Dr.Marzuki Alie,S.E., M.Si.,CF.,CDM., CMarcom beserta jajarannya yang memberi perhatian besar pada proses belajar mengajar dan penyelesaian studi penulis.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universita Indo Global Mandiri Periode 2024-2028 Bapak Budi Setiawan.,S.E.,M.M.,Ph.D. beserta jajarannya yang sudah memberikan perhatian dalam menyelesaikan studi penulis.
3. Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Global Mandiri, Bapak Dr.Muhammad Wadud,S.E.,M.Si. beserta seluruh jajarannya yang memberikan perhatian besar pada proses belajar dan penyelesaian studi penulis.
4. Pembimbing Akademik Bapak Dr.Juhaini Alie.,M.M. yang sudah memberikan perhatian dalam proses belajar dan menyelesaikan studi penulis.
5. Pembimbing Tesis, Ibu Dr.Tien Yustini.,M.Si.,CIRR.,CLMA. yang selalu berkenen memberikan perhatian, bantuan, semangat dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan studi ini.

6. Pembimbing Tesis, Ibu Dr. Tien Yustini., M.Si., CIRR., CLMA. yang selalu berkenen memberikan perhatian, bantuan, semangat dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
7. Pembimbing Tesis II, Ibu Dr.Hj.Luis Marnisah.,M.M.,CLMA.,CIQnR yang sudah memberikan perhatian dalam proses belajar dan menyelesaikan studi.
8. Seluruh Staf Pengajar yang penulis yag sudah membantu dalam proses kegiatan perkuliahan pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Indo Global Mandiri. Dimana ilmu yang didapatkan sangat bermanfaat bafi penulis.
9. Para Narasumber, Pimpinan dan seluruh staff The Prasetya, Pelanggan The Prasetya dan Narasumber Ahli yang telah memberikan izin dalam melaksanakan penelitian dan membantu penulis dalam memberikan informasi, menjawab serta memberikan masukan yang dibutuhkan dalam proses penyusunan tesis ini.
10. Staff dan Karyawan Sekretariat Magister Universitas Indo Global Mandiri yang telah membantu kelancaran administrasi selama masa perkuliahan.
11. Teman-teman kuliah dan seluruh pihak yang tulus membantu, penuh kesabaran menemani penulis melewati masa-masa sulit selama penyusunan tesis.
12. Penulis ingin menghaturkan rasa hormat dan Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada Keluarga dan Saudara-Saudaraku atas semua kasih sayang, cinta, perhatian, doa dan dorongan yang tiada hentihentinya hingga terselesaikannya penyusunan tesis ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Palembang, 4 Juli 2024



Yuliza Betty Harleoni

NPM. 2022501029

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui, mengkaji, dan menganalisis bauran pemasaran dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk The Prasetya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik mengumpulkan data observasi, wawancara dan dokumentasi mendalam dengan jenis pertanyaan terbuka, dimana informan bebas memberikan informasi secara mendalam untuk dijadikan data penelitian. Data yang dianalisis adalah hasil wawancara dengan karyawan, pelanggan dan narasumber yang berpengalaman di bidang UMKM dengan menggunakan Teknik analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau kesimpulan. Hasil dari penelitian ini dapat terlihat bahwa bauran pemasaran The Prasetya telah diimplementasikan dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan meningkatkan omset perusahaan dan pelanggan yang selalu melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan oleh The Prasetya.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Fashion Muslimah, Hijab, Keputusan Pembelian Konsumen, 7P Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to identify, study and analyze the marketing mix of The Prasetya and The Influences in Customer Decisions to by product of The Prasetya. This study used qualitative research methods, with data collection techniques observation, interviews and explore theh types of open-ended questions where information is free to provide in depth information to be used as research data. The data analyzed is the result of interviews with employees, customers and experienced human resourch of UMKM using analytical techniques including data reduction, data presentation and levers or cunclusions. The result of this study that marketing mix of The Prasetya has been implemented influences consumer purchasing decisions and increase sales turnover and customers who always make repeat purchases for the product of The Prasetya.

Keywords : *Marketing Mix, Muslimah Fashion, Scarves, Consumer Purchasing Decisions, 7P Marketing.*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil Alamiin, sujud Syukur kupersembahkan kepada :

- ✚ ALLAH SWT. yang utama yang sudah memberikan Kesehatan dan kesempatan, kekuatan serta Ridho dalam kehidupan duniawi dan akhirat.
- ✚ Rasulullah SAW. Yang selalu menjadi pedoman dan suri tauladan dan memberikan syafaat bagi ummat.
- ✚ Suamiku tercinta DANI PRASETYA yang selalu support dan memberi semangat, cinta dan kasih sayang yang sangat berarti. I love You Always..
- ✚ Anak-anak hebatku DHAFIN ARKAAN PRASETYA & ARSHAKA NINGRAT PRASETYA yang *support* selalu dan sabar kalau maminya ngurusin kuliah. Semoga kelak kalian lebih sukses dari mami papi. Aammiin YRA. Love You Boys..
- ✚ Orang Tua dan Mertuaku tersayang, Adik-adik yang kusayangi Yopi Vicky, Yofan Riri dan Ledy, Keponakan-keponakanku Aimar, Almira, Elbarra, dan Yasmine yang selalu *support* dan mendoakan.
- ✚ Ibu Endah Dewi Purnamasari, ibu Dr.Tien Yustini,M.Si.,CIRR.,CLMA., Bapak Dr.Juhaini Alie.,M.M., (selaku dosen PA), Bapak Dr.M. Wadud,S.E.,M.Si. dan Ibu Dr.Hj.Luis Marsinah.,M.M.,CLMA.,CIQnR yang sudah sabar dan berkenan selalu direpotin dalam menyelesaikan kuliah ini.
- ✚ Pihak Manajemen dan Seluruh Staff The Prasetya, Terima kasih atas bantuannya dalam memberikan informasi yang dibutuhkan selama proses penyelesaian tesis.
- ✚ Kerabat, partner kuliah khususnya Malaysia Group UIGM Angkatan 2022 yang selalu saling peduli terima kasih untuk semua perhatian dan *supportsnya*.

Tiada kata selain TERIMA KASIH dan semoga ALLAH SWT membalas segala kebaikan kalian semua. Aamiin Yaa Rabbal Alamiin.

MOTTO

Tuntutlah ilmu, tapi tidak melupakan ibadah dan kerjakanlah ibadah tapi tidak boleh lupa ilmu”.

-Hasan Al Basri-

Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).

(QS.Al-Insyiah: 6-7)

Merendahkan sampai tidak ada seorangpun yang dapat merendahkanmu. Senantiasa bersabarlah, sampai orang lain tak bisa mengalahkanmu. Ihlaskanlah, sampai Allah SWT mengangkat derajatmu.

-Kiai Chamdani Yusuf-

Dream big, Work Hard, Never Stop Growing, Stay Focused, Be Grateful, Be Happy, Be Kind and Be YOU!!

-Yuliza, 2024-

DAFTAR ISI

Halaman

TESIS	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
PENDAFTARAN MENGIKUTI SIDANG TESIS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iii
LEMBAR PERBAIKAN TESIS	iv
PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISME	v
DEKLARASI HAK CIPTA	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xi
MOTTO.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Manajemen.....	11
2.1.2. Teori Manajemen.....	12
2.1.3 Definisi Manejemen.....	12

2.1.4 Fungsi Manajemen	13
2.1.5 Tingkatan Manajemen	15
2.2 Teori Organisasi	17
2.2.1 Definisi Organisasi	18
2.2.2 Ciri-ciri Organisasi	18
2.2.3 Unsur-Unsur Organisasi.....	21
2.3 Manajemen Pemasaran (<i>Marketing Management</i>)	23
2.3.1 Desinisi Manajemen Pemasaran.....	23
2.3.2 Konsep Manajemen Pemasaran.....	24
2.4 Bauran Pemasaran.....	26
2.5 Perilaku Konsumen.....	30
2.5.1 Ciri-Ciri Perilaku Konsumen	31
2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	31
2.6 Keputusan Pembelian.....	37
2.6.1 Dimensi Keputusan Pembelian	37
2.6.2 Proses Keputusan Pembelian	38
2.6.3 Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian.....	40
2.7 Penelitian Terdahulu.....	40
2.7.1 Hasil Penelitian Penelitian	44
2.8 Kerangka Pemikiran.....	45
2.9 Proposisi Penelitian.....	51
BAB III.....	53
METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1. Lokasi dan waktu penelitian	53
3.2 Alasan Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif	53
3.3 Tujuan Studi (<i>Explanatory Research</i>)	55
3.4 <i>Single Case study</i> (Studi Kasus Tunggal).....	56
3.4.1 Alasan Menggunakan <i>Single Case study</i>	57
3.5 Desain penelitian.....	58
3.6 Prosedur penelitian.....	59
3.7 Unit Analisis	61
3.8 Keterkaitan Data Dengan Proposisi	61

3.9 Kriteria Interpretasi Temuan-Temuan	63
3.10 Jenis dan Sumber Data	63
3.11 Wawancara	65
3.11.1 Wawancara Mendalam.....	68
3.11.2 Kriteria Wawancara	69
3.11.3 Materi Wawancara.....	70
3.12 Dokumentasi	73
3.13 Observasi	73
3.14 Teknik Analisis.....	74
3.14.1 Melakukan Triangulasi	77
BAB IV	81
ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	81
4.1 Analisis Hasil Penelitian.....	81
4.1.1 Gambaran Umum The Prasetya	81
4.1.2 Visi dan Misi serta Tujuan Perusahaan.....	83
4.1.3 Struktur Organisasi	85
4.2 Bauran Pemasaran The Prasetya	88
4.2.1 <i>Product</i> (Produk)	90
4.2.2 <i>Price</i> (Harga).....	93
4.2.3 <i>Promotion</i> (Promosi)	93
4.2.4 <i>Place</i> (Tempat).....	98
4.2.5 <i>People</i> (Orang)	100
4.2.6 <i>Process</i> (Proses).....	102
4.2.7 <i>Physical Evidence</i> (Lingkungan/Bukti Fisik)	103
4.3 Keputusan Pembelian Konsumen	104
4.4 Analisa terhadap Bauran Pemasaran The Prasetya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen	105
4.4.1 Perkembangan Pasar The Prasetya	110
4.5 Wawancara secara terbuka (interview open-ended).....	113
4.6 Keterbatasan Penelitian	139
4.7 Strategi Pengumpulan Data	140
4.8 Observasi (pengamatan) terhadap Sumber Data.....	142

4.9 Hasil Penelitian Sebagai Intrumen Inti.....	143
4.10 Asumsi-Asumsi yang digunakan dalam Penelitian ini.....	144
4.10.1 Asumsi deskripsi bauran pemasaran oleh karyawan The Prasetya .	144
4.10.2 Asumsi menurut pelanggan yaitu pelanggan The Prasetya	145
4.10.3 Asumsi menurut ahli yang memahami perkembangan bisnis UMKM	145
4.11 Analisis Proposisi	146
4.11.1 Analisis Proposisi 1: Bauran pemasaran yang selama ini sudah dijalankan.....	147
Sumber : Diolah oleh peneliti (2024)	148
4.11.2 Analisis Proposisi 2 Implementasi bauran pemasaran The Prasetya	148
4.11.3 Analisis proposisi 3: Hambatan implementasi bauran pemasaran The Prasetya.....	151
4.11.4 Analisis Proposisi 4: Bauran Pemasaran dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan.....	156
4.12 Pembahasan Proposisi	157
4.12.1 Proposisi 1 susunan Bauran Pemasaran The Prasetya	158
4.12.2 Proposisi 2 Implementasi Bauran Pemasaran The Prasetya	160
4.12.3 Proposisi 3 Hambatan dalam implementasi bauran pemasran The Prasetya.....	160
4.12.4 Proposisi 4 Bauran pemasaran dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk The Prasetya	161
4.13 Fokus Group Discussion (FGD)	164
4.14 Bauran Pemasaran dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk dan meningkatkan pelanggan The Prasetya	166
BAB V.....	171
KESIMPULAN, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	171
5.1 Kesimpulan.....	171
5.2 Rekomendasi.....	173
5.3 Implikasi Manajerial	175
DAFTAR PUSATAKA	177
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	180

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Tingkatan Manajemen	17
Gambar 2.2 Landasan teori secara keseluruhan	45
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian	51
Gambar 2.4 Proposisi Penelitian	52
Gambar 3.1 Desain Penelitian	59
Gambar 3.2 Triangulasi “Teknik” Pegumpulan Data	78
Gambar 3.3 Triangulasi “Teknik” Pegumpulan Data	79
Gambar 4.1 Struktur Organisasi The Prasetya	85
Gambar 4.2 Produk Hijab The Prasetya.....	93
Gambar 4.3 Instagram The Prasetya	95
Gambar 4.4 Gift Voucher The Prasetya	95
Gambar 4.5 Kegiatan Amal The Prasetya	96
Gambar 4.6 Staff Marketing The Prasetya dalam melayani konsumen.....	98
Gambar 4.7 Lokasi The Prasetya Office and Warehouse.....	100
Gambar 4.8 Wawancara seleksi karyawan dari pihak manajemen The Prasetya	102
Gambar 4.9 Staff admin The Prasetya saat menghubungi pelanggan	103

Gambar 4.10 Staff Admin The Prasetya memastikan pemesanan online	104
Gambar 4.11 Etalase The Prasetya saat mengikuti bazar di Mall	105
Gambar 4.12 . Staff Admin The Prasetya saat memberikan solusi Kepada Pelanggan	108
Gambar 4.13 Bentuk apresiasi The Prasetya kepada pelanggan	111
Gambar 4.14 Testimonial pelanggan setia The Prasetya yang melakukan pembelian ulang.....	113
Gambar 4.15 Antusias pelanggan untuk membeli produk The Prasetya saat bulan Ramadhan 2024	114
Gambar 4.16 Wawancara dengan manajer di The Prasetya Office and Warehouse	123
Gambar 4.17 Suasana wawancara dengan external key informant	137
Gambar 4.18 Wawancara dengan Sekdin Kebudayaan dan Pariwisata sebagai narasumber ahli bidang UMKM.....	140
<u>Gambar 4.19</u> Focus Group Discussion (FGD) yang dilakukan di ruang meeting The Prasetya	168
<u>Gambar 4.20</u> Model meningkatkan penerapan bauran pemasaran The Prasetya	174

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Keterkaitan data dengan propos	62
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Wawancara Karyawan The Prasetya tentang Bauran Pemasaran.....	71
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Wawancara Konsumen The Prasetya	72
Tabel 4.1 Karakteristik Internal <i>key Informant</i>	114
Tabel 4.2 Daftar pertanyaan dan jawaban dari internal key informant The Prasetya	115
Tabel 4.3 Karakteristik External Key Informant	124
Tabel 4.4 Pertanyaan beserta Jawaban <i>External Key Informant</i> tentang keputusan pelanggan dalam membeli produk The Prasetya	125
Tabel 4.5 hasil wawancara dengan Sekretaris Dinas Pariwisata yang memahami mengenai perkembangan UMKM saat ini	137
Tabel 4.6 Deskripsi Proposisi 1 tentang Bauran Pemasaran The Prasetya	149
Tabel 4.7 Deskripsi Proposisi 2 Implementasi bauran pemasaran The Prasetya	151
Tabel 4.8 Deskripsi Proposisi 3: hambatan dalam implementasi Bauran Pemasaran The Prasetya	156
Tabel 4.9 Deskripsi Proposisi 4: Bauran Pemasaran dalam mengetahui Keputusan Konsumen untuk Membeli Produk The Prasetya.....	158

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. The Prasetya selalu berusaha memberikan pelayanan lebih dari ekspektasi pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan	181
Lampiran 2. Pembelian Berulang (<i>Repurchases</i>) pelanggan setia The Prasetya via <i>online</i> atau chat admin	182
Lampiran 3. The Prasetya memberikan perhatian berupa ucapan dan gift voucher kepada pelanggan setia.....	183
Lampiran 4 Suasana pelanggan saat berbelanja di Bazar dan Warehouse The Prasetya	184
Lampiran 5. Suasana pelanggan saat mendapatkan kesempatan mendapatkan hadiah langsung dengan bermain <i>games wheels</i> sebagai salah satu bentuk apresiasi The Prasetya terhadap pelanggan setia.	185
Lampiran 6. Pelanggan Setia yang melakukan pembelian produk The Prasetya	186
Lampiran 7. Wawancara dengan Internal Key Instrument, <i>Staff Finance and Admin</i> The Prasetya di The Prasetya Office and Warehouse	187
Lampiran 8. Kartu Bimbingan Tesis.....	188
Lampiran 9. Surat Pengajuan Izin Survey.....	189
Lampiran 10. Surat Balasan Izin Survey.....	190