

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian
	1
1.1.1	Sejarah Perusahaan PD. Sabar Subur
	1
1.1.2	Profil Perusahaan PD. Sabar Subur.....
	1
1.2.....	Latar Belakang
	2
1.3.....	Rumusan Masalah.....
	8
1.4.....	Tujuan penelitian
	8
1.5.....	Kegunaan Penelitian
	8
1.5.1	Kegunaan Teoritis.....
	8

1.5.2	Kegun
aan Praktis.....	9
1.6.....	Sistem
atikaPenulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 TinjauanPustaka Penelitian	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Pengertian Produk.....	14
2.1.3.1 Tingkatan Produk.....	15
2.1.3.2 Klasifikasi Produk.....	16
2.1.3.2.1 Daya tahan dan Keberwujudannya	16
2.1.3.2.2 Kegunaan	16
2.1.3.3 Hirarki Produk	18
2.1.3.4 Komponen Produk	19
2.1.3.5 Bauran Produk	19
2.1.3.6 Pengertian Kualitas	20
2.1.3.7 Pengertian Kualitas Produk	21
2.1.3.7.1 Indikator Kualitas Produk.....	21
2.1.4 Pengertian Harga.....	22
2.1.4.1 Tujuan Penetapan Harga.....	23
2.1.4.2 Metode Penetapan Harga	24
2.1.4.3 Indikator Harga.....	25
2.1.5 Pengertian Tempat	26
2.1.6 Volume Penjualan.....	26
2.1.4.3 Indikator Volume Penjualan	27
2.1.7 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penjualan.....	27
2.2. Penelitian Terdahulu.....	31

2.3 Kerangka Pemikiran.....	43
2.4 Hipotesis Penelitian	45
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	46
3.2.1 Variabel Operasional	46
3.2.2 Skala Pengukuran	48
3.3 Tahapan Penelitian	49
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.4.1 Populasi	50
3.4.2 Sampel	50
3.5 Pengumpulan Data	52
3.5.1 Jenis Data	52
3.5.1.1 Data Primer	52
3.5.1.2 Data Sekunder	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.2.1 Pengertian Kuesioner	52
3.5.2.1 Studi Pustaka	53
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data	55
3.7.1 Analisis Deskriptif	55
3.7.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	57
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	58
3.7.2.1 Uji Normalitas	58
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	58

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	59
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3.7.4 Uji Hipotesis.....	60
3.7.4.1 Uji Parsial (Uji t)	60
3.7.4.2 Uji Simultan (Uji f)	61
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden	63
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Produk	65
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga	67
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Tempat.....	68
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Volume Penjualan	70
4.2.5 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	71
4.2.6 Uji Asumsi Klasik	71
4.2.6.1 Uji Normalitas	71
4.2.6.2 Uji Multikolinieritas	74
4.2.6.3 Uji Heteroskedastisitas	74
4.2.7 Hasil Analisis Regresi linear Berganda.....	75
4.2.8 Uji Hipotesis.....	77
4.2.9 Hasil Uji Koefisien Korelasi	80
4.2.9.1 Korelasi antara variabel X dan variabel Y	80
4.2.10 Hasil Koefisien Determinasi	81
4.2.11 Besarnya Pengaruh Secara Parsial	82
4.2.12 Uji Normalitas	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	87
5.2.3 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	90