

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Abstrak .....	iv
Abstract .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Batasan Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Konsep & Teori .....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Jenis-Jenis Pemasaran .....	9
2.1.3 Definisi Bauran Pemasaran .....	12
2.1.4 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran .....	13
2.1.5 Volume Penjualan .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Penelitian.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian .....	29
3.2 Jenis Data & Informasi .....	29
3.2.1 Populasi .....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	32
3.4.1 Uji Validitas & Reabilitas .....	32
3.4.2 Uji Regresi Linier Berganda .....	33
3.5 Langkah-Langkah Penelitian .....	34
 BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....	 35
4.1. Tinjauan Umum Perusahaan .....	35
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	35
4.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	37
4.2.1 Visi Perusahaan .....	37
4.2.2 Misi Perusahaan .....	37
4.3 Lokasi Perusahaan .....	37
4.4 Bauran Pemasaran .....	38
4.4.1 <i>Product</i> (Produk) .....	38
4.4.2 <i>Price</i> (Harga) .....	45
4.4.3 <i>Promotion</i> (Promosi) .....	48
4.4.4 <i>Place</i> (Tempat) .....	54
4.4.5 <i>People</i> (SDM) .....	55
4.4.6 <i>Process</i> (Proses Aktifitas Bisnis) .....	56
4.4.7 <i>Physical</i> (Fisik) .....	57
4.5 Uji Kecukupan Data .....	58
4.5.1 Uji Validitas .....	58
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	66
4.5.3 Uji Parsial (Uji T) .....	67
4.5.4 Uji Simultan (Uji F) .....	67

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
5.1 Pengaruh Produk (X1) Terhadap Volume Penjualan .....	69
5.2 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Volume Penjualan .....	70
5.3 Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Volume Penjualan.....	70
5.4 Pengaruh Tempat (X4) Terhadap Volume Penjualan.....	70
5.5 Pengaruh Sumber Daya Manusia (X5) Terhadap Volume Penjualan .....	70
5.6 Pengaruh Proses (X6) Terhadap Volume Penjualan .....	71
5.7 Pengaruh Sarana Fisik Perusahaan (X7) Terhadap Volume Penjualan....	71
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	 77
6.1 Kesimpulan .....	77
6.2 Saran .....	77
 Daftar Pustaka .....	 78
Lampiran	

