

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

	Hal.
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran Barang.....	11
2.1.1.2 Pengertian Pemasaran Jasa.....	11
2.1.2 Marketing Mix	12
2.1.2.1 Pengertian Marketing Mix	12
2.1.2.2 Unsur-Unsur Marketing Mix.....	13
2.2 Produk	15
2.2.1 Pengertian Produk	17
2.2.2 Tingkatan Produk	20
2.2.3 Klasifikasi Produk.....	22

2.2.4 Difersifikasi Produk	29
2.3 Konsep Kualitas Produk.....	30
2.3.1 Dimensi Kualitas Produk	31
2.3.2 Strategi Kualitas Produk	32
2.4 Volume Penjualan	34
2.4.1 Definisi Volume Penjualan	34
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	38
2.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan	40
2.6 Kerangka Pemikiran.....	43
2.7 Hipotesis.....	49

BAB III OBJEK DAN METODA PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	50
3.2 Jenis dan Metoda Penelitian Yang Digunakan	50
3.2.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2.2 Metoda Penelitian.....	51
3.2.3 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.2.4 Jenis dan Sumber Data	57
3.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	58
3.2.5.1 Populasi.....	58
3.2.5.2 Sampel.....	59
3.2.5.3 Teknik Sampling	59
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	61
3.2.7.1 Teknik Analisis Data.....	61
3.2.7.2 Uji Hipotesis	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	66
4.1.1 Tinjauan Umum Lokasi Penelitian.....	66
4.2 Karakteristik Responden	68
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	69
4.3 Pengalaman Responden	70
4.3.1 Gambaran Responden Berdasarkan Pengalaman Lama Usaha.....	70
4.3.2 Gambaran Usaha Responden Berdasarkan Waktu.....	71
4.3.3 Gambaran Responden Berdasarkan Konsumen Sate Maranggi	72
4.3.4 Gambaran Responden Berdasarkan Tempat Konsumen Mengonsumsi Sate Maranggi	72
4.3.5 Gambaran Responden Berdasarkan Banyaknya Konsumen Membeli Sate Maranggi.....	73
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	74
4.4.1 Kualitas Produk.....	74
4.4.1.1 Indikator <i>Performance</i>	75
4.4.1.2 Indikator <i>Feature</i>	76
4.4.1.3 Indikator <i>Reliability</i>	80
4.4.1.4 Indikator <i>Conformance To Spesification</i>	83
4.4.1.5 Indikator <i>Durability</i>	86
4.4.1.6 Indikator Estetika	89
4.4.1.7 Indikator <i>Perceived Quality</i>	92
4.4.1.7 Rekapitulasi Skor Kualitas Produk Pada Pengusaha Sate Maranggi.....	95
4.4.2 Volume Penjualan	98
4.5 Pengujian Hipotesis.....	99

4.5.1 Analisis Korelasi	99
4.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	101
4.5.3 Koefisien Determinasi.....	102
4.6 Pembahasan.....	104

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	108
5.2 Rekomendasi	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

