

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| ABSTRAK .....                                  | i    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                          | ii   |
| KATA PENGANTAR .....                           | iii  |
| UCAPAN TERIMA KASIH.....                       | iv   |
| DAFTAR ISI.....                                | ix   |
| DAFTAR TABEL.....                              | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                            | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                           | xvi  |
| <br>   |      |
| BAB I PENDAHULUAN .....                        | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian .....           | 1    |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....                | 14   |
| 1.3. Rumusan Masalah .....                     | 15   |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....                   | 15   |
| 1.5. Kegunaan Penelitian.....                  | 16   |
| <br>   |      |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN      |      |
| HIPOTESIS .....                                | 17   |
| 2.1. Kajian Pustaka.....                       | 17   |
| 2.1.1. Konsep Pemasaran .....                  | 17   |
| 2.1.1.1 Konsep Inti Pemasaran .....            | 19   |
| 2.1.1.2 Orientasi Pasar .....                  | 24   |
| 2.1.1.3 Proses Strategi Pemasaran .....        | 26   |
| 2.1.1.4 Pengertian Strategi Pemasaran .....    | 28   |
| 2.1.1.5 Strategi Bauran Pemasaran .....        | 31   |
| 2.1.2. Konsep Kinerja Pemasaran .....          | 40   |
| 2.1.2.1 Pengertian Kinerja Pemasaran.....      | 40   |
| 2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kinerja       |      |
| Pemasaran .....                                | 42   |
| 2.1.2.3 Indikator Kinerja Pemasaran .....      | 42   |
| 2.1.2.4 Konsep Volume Penjualan .....          | 43   |
| 2.1.2.4.1 Pengertian Volume Penjualan.....     | 43   |
| 2.1.2.4.2 Indikator Volume Penjualan .....     | 45   |
| 2.1.2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi             |      |
| Volume Penjualan.....                          | 45   |
| 2.1.2.5 Konsep Profitabilitas .....            | 48   |
| 2.1.2.5.1 Pengertian Profitabilitas.....       | 48   |
| 2.1.2.5.2 Rasio Profitabilitas .....           | 49   |
| 2.1.2.5.3 Tujuan dan Manfaat Rasio             |      |
| Profitabilitas.....                            | 51   |
| 2.1.3. Kaitan Strategi Bauran Pemasaran Dengan |      |
| Volume Penjualan dan Profitabilitas .....      | 52   |
| 2.1.4. Orisinalitas Penelitian.....            | 53   |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.2. Kerangka Pemikiran.....   | 55        |
| 2.3. Hipotesis.....  | 59        |
| <b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>                        | <b>61</b> |
| 3.1. Objek Penelitian .....  | 61        |
| 3.2. Metode Penelitian.....  | 62        |
| 3.2.1. Jenis dan Metode Penelitian yang digunakan.....                 | 62        |
| 3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....                                  | 63        |
| 3.2.3. Jenis dan Sumber Data .....                                     | 66        |
| 3.2.3.1 Jenis Data .....   | 66        |
| 3.2.3.2 Sumber Data.....   | 67        |
| 3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .                | 67        |
| 3.2.4.1 Populasi .....   | 67        |
| 3.2.4.2 Sampel.....  | 68        |
| 3.2.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....                                 | 69        |
| 3.2.5. Teknik Pengumpulan Data .....                                   | 70        |
| 3.2.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....                | 72        |
| 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas .....                                | 72        |
| 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....                             | 78        |
| 3.2.7. Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian<br>Hipotesis ..... | 81        |
| 3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif.....                             | 81        |
| 3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif .....                           | 82        |
| 3.2.8. Uji Hipotesis.....  | 88        |
| 3.2.8.1 Uji F .....  | 88        |
| 3.2.8.2 Uji t .....  | 89        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                    | <b>91</b> |
| 4.1. Profil Perusahaan dan Pengusaha Distro .....                      | 91        |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Distro Plaza Parahyangan.....                   | 91        |
| 4.1.2. Identitas Responden .....                                       | 92        |
| 4.1.2.1 Identitas Responden Berdasarkan<br>Jenis Kelamin .....         | 92        |
| 4.1.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....                      | 93        |
| 4.1.2.3 Identitas Responden Berdasarkan<br>Pendidikan Terakhir .....   | 94        |
| 4.1.3. Pengalaman Responden .....                                      | 94        |
| 4.1.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan<br>Lama Berdirinya Usaha..... | 95        |
| 4.1.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan<br>Jumlah Cabang .....        | 95        |
| 4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan<br>Seminar Bisnis .....       | 96        |
| 4.1.3.4 Pengalaman Responden Berdasarkan<br>Pameran Distro.....        | 97        |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2. Tanggapan Responden dan Gambaran Terhadap              |     |
| Strategi Bauran Pemasaran .....                             | 97  |
| 4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Strategi Bauran          |     |
| Pemasaran .....   | 97  |
| 4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Produk .....           | 98  |
| 4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Harga .....            | 103 |
| 4.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi .....           | 107 |
| 4.2.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Promosi .....          | 110 |
| 4.2.2. Gambaran Terhadap Strategi Bauran Pemasaran.....     | 113 |
| 4.3. Tanggapan Responden dan Gambaran Terhadap              |     |
| Volume Penjualan .....                                      | 115 |
| 4.3.1. Tanggapan Responden Terhadap Volume                  |     |
| Penjualan .....   | 115 |
| 4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Volume                 |     |
| Penjualan .....   | 116 |
| 4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Laba .....             | 117 |
| 4.3.2.3 Tanggapan Responden Terhadap                        |     |
| Pertumbuhan Perusahaan.....                                 | 118 |
| 4.3.2. Gambaran Terhadap Volume Penjualan.....              | 119 |
| 4.4. Tanggapan Responden dan Gambaran Terhadap              |     |
| Profitabilitas .....  | 121 |
| 4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap Profitabilitas .....    | 121 |
| 4.4.1.1 Tanggapan Responden Terhadap                        |     |
| Penjualan .....   | 121 |
| 4.4.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Kas .....              | 122 |
| 4.4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Modal.....             | 123 |
| 4.4.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah                 |     |
| Karyawan .....  | 124 |
| 4.4.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Cabang .....           | 124 |
| 4.4.2. Gambaran Terhadap Profitabilitas .....               | 125 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis.....                                | 127 |
| 4.5.1. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap          |     |
| Volume Penjualan .....                                      | 128 |
| 4.5.2. Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas .. | 129 |
| 4.5.3. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap          |     |
| Volume Penjualan dan Profitabilitas.....                    | 130 |
| 4.5.4. Analisis Regresi Linier Sederhana .....              | 132 |
| 4.5.5. Analisis Regresi Berganda .....                      | 137 |
| 4.5.6. Koefisien Determinasi.....                           | 139 |
| 4.5.6.1 Koefisien Determinasi Strategi Bauran               |     |
| Pemasaran Terhadap Volume Penjualan.....                    | 139 |
| 4.5.6.2 Koefisien Determinasi Volume Penjualan              |     |
| Terhadap Profitabilitas .....                               | 140 |
| 4.5.6.3 Koefisien Determinasi Strategi Bauran               |     |
| Pemasaran dan Volume Penjualan                              |     |
| Terhadap Profitabilitas .....                               | 140 |

|  |            |
|--|------------|
| 4.5.7. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap<br>Volume Penjualan dan Profitabilitas .....  | 141        |
| 4.6 Pembahasan.....  | 143        |
| 4.6.1. Pembahasan Strategi Bauran Pemasaran .....  | 143        |
| 4.6.2. Pembahasan Volume Penjualan .....   | 146        |
| 4.6.3. Pembahasan Profitabilitas .....   | 148        |
| 4.6.4. Pembahasan Strategi Bauran Pemasaran Terhadap<br>Volume Penjualan dan Profitabilitas..... | 151        |
| 4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....   | 152        |
| 4.7.1. Temuan Penelitian Bersifat Empirik Deskriptif .....                                       | 152        |
| 4.7.2. Temuan Penelitian Bersifat Verifikatif .....  | 153        |
| 4.7.3. Implikasi Penelitian Terhadap Pengembangan<br>Pendidikan Manajemen Bisnis .....           | 154        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>  | <b>158</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....  | 158        |
| 5.2. Rekomendasi .....   | 159        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>161</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>  |            |

## DAFTAR TABEL

|   |     |
|---|-----|
| 1.1. Penduduk yang Bekerja Menurut Lapangan Pekerjaan Utama .....                     | 3   |
| 1.2. Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2012 .....                             | 5   |
| 1.3. Lokasi Outlet Distro di Kota Bandung .....                                       | 8   |
| 1.4. Volume Penjualan Distro Plaza Parahyangan .....                                  | 11  |
| 1.5. Pertumbuhan Laba Pemilik Distro Plaza Parahyangan .....                          | 11  |
| 2.1. Orisinalitas Penelitian .....  | 53  |
| 3.1. Operasional Variabel .....   | 64  |
| 3.2. Jenis dan Sumber Data .....  | 67  |
| 3.3. Perhitungan Sampel Distro Plaza Parahyangan Bandung .....                        | 70  |
| 3.4. Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi .....                                   | 74  |
| 3.5. Hasil Pengujian Validitas Variabel X .....                                       | 75  |
| 3.6. Hasil Pengujian Validitas Variabel Y .....                                       | 77  |
| 3.7. Hasil Pengujian Validitas Variabel Z .....                                       | 78  |
| 3.8. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian .....                          | 80  |
| 3.9. Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden .....                            | 81  |
| 3.10. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....                  | 87  |
| 3.11. Pedoman Untuk Memberikan Determinasi Koefisien Determinasi .....                | 88  |
| 4.1. Jenis Produk .....   | 96  |
| 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                              | 93  |
| 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Usia .....                                       | 93  |
| 4.4. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                        | 94  |
| 4.5. Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Berdiri Usaha .....                        | 95  |
| 4.6. Pengalaman Responden Berdasarkan Jumlah Cabang .....                             | 96  |
| 4.7. Pengalaman Responden Berdasarkan Seminar Bisnis .....                            | 96  |
| 4.8. Pengalaman Responden Berdasarkan Pameran Distro .....                            | 97  |
| 4.9. Tanggapan Responden Terhadap Pertimbangan Desain Produk .....                    | 99  |
| 4.10. Tanggapan Responden Terhadap Pertimbangan Merek Produk .....                    | 99  |
| 4.11. Tanggapan Responden Terhadap Pertimbangan Kualitas Produk .....                 | 100 |
| 4.12. Tanggapan Responden Terhadap Pertimbangan Variasi Produk .....                  | 101 |
| 4.13. Tanggapan Responden Terhadap Pertimbangan Kemasan Produk .....                  | 102 |
| 4.14. Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Produk dan Keinginan Pasar .....        | 102 |
| 4.15. Tanggapan Responden Terhadap Harga Dasar .....                                  | 104 |
| 4.16. Tanggapan Responden Terhadap Potongan Harga .....                               | 104 |
| 4.17. Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga Jual dan Daya Beli Konsumen ..... | 105 |
| 4.18. Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk .....         | 106 |
| 4.19. Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Cara Pembayaran .....                    | 107 |
| 4.20. Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Menuju Lokasi .....                      | 108 |
| 4.21. Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Parkir .....                             | 108 |
| 4.22. Tanggapan Responden Terhadap Keamanan Parkir .....                              | 109 |
| 4.23. Tanggapan Responden Terhadap Keamanan Lokasi .....                              | 110 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.24. Tanggapan Responden Terhadap Promosi Pemasaran .....  | 111 |
| 4.25. Tanggapan Responden Terhadap Anggaran Promosi Pemasaran.....  | 111 |
| 4.26. Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Promosi .....  | 112 |
| 4.27. Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel<br>Strategi Bauran Pemasaran .....                    | 113 |
| 4.28. Tanggapan Responden Terhadap Volume Penjualan .....   | 116 |
| 4.29. Tanggapan Responden Terhadap Penurunan Laba .....   | 117 |
| 4.30. Tanggapan Responden Terhadap Tujuan Usaha.....  | 118 |
| 4.31. Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Produksi Barang.....  | 119 |
| 4.32. Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel<br>Volume Penjualan .....                             | 119 |
| 4.33. Tanggapan Responden Terhadap Penjualan .....  | 122 |
| 4.34. Tanggapan Responden Terhadap Kas .....  | 122 |
| 4.35. Tanggapan Responden Terhadap Modal.....   | 123 |
| 4.36. Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Karyawan .....  | 124 |
| 4.37. Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Cabang .....  | 124 |
| 4.38. Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel<br>Profitabilitas .....                               | 125 |
| 4.39. Model Summary Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Volume<br>Penjualan .....                                    | 128 |
| 4.40. <i>Descriptive Statistics</i> Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Volume<br>Penjualan .....                    | 129 |
| 4.41. Model Summary Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas .....  | 129 |
| 4.42. <i>Descriptive Statistics</i> Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas .....                                  | 130 |
| 4.43. Model Summary Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Volume<br>Penjualan dan Profitabilitas .....                 | 131 |
| 4.44. <i>Descriptive Statistics</i> Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Volume<br>Penjualan dan Profitabilitas ..... | 132 |
| 4.45. Output ANOVA Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Volume<br>Penjualan.....                                      | 132 |
| 4.46. Output Koefisien Regresi Strategi Bauran Pemasaran Terhadap<br>Volume Penjualan .....                         | 133 |
| 4.47. Output ANOVA Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas.....  | 135 |
| 4.48. Output Koefisien Regresi Volume Penjualan Terhadap<br>Profitabilitas .....                                    | 135 |
| 4.49. Output ANOVA Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Volume<br>Penjualan dan Profitabilitas .....                  | 137 |
| 4.50. Output Koefisien Regresi Strategi Bauran Pemasaran Terhadap<br>Volume Penjualan dan Profitabilitas.....       | 138 |
| 4.51. Hasil Rekapitulasi Indikator Strategi Bauran Pemasaran .....  | 143 |
| 4.52. Hasil Rekapitulasi Indikator Volume Penjualan .....   | 146 |
| 4.53. Hasil Rekapitulasi Indikator Profitabilitas .....   | 148 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| 1.1. Pekerja Kreatif di Kota Bandung .....   | 7   |
| 1.2. Tingkat Persaingan Distro Plaza Parahyangan .....                                 | 10  |
| 1.3. Volume Penjualan Distro Plaza Parahyangan.....                                    | 11  |
| 1.3. Perkembangan Total Laba Distro Plaza Parahyangan .....                            | 12  |
| 2.1. Kerangka Pemikiran.....   | 58  |
| 2.2. Model Paradigma Penelitian .....  | 59  |
| 3.1. Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y .....                                     | 82  |
| 3.2. Output Uji Normalitas .....   | 83  |
| 4.1. Diagram Garis Linier Strategi Bauran Pemasaran Terhadap<br>Volume Penjualan ..... | 134 |
| 4.2. Diagram Garis Linier Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas.....                | 136 |



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 4 : Data Penjualan dan Profitabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Uji Normalitas
- Lampiran 7 : Tabel Koefisien
- Lampiran 8 : Tabel Model *Summary*
- Lampiran 9 : Tabel Uji F
- Lampiran 10 : Diagram Garis Linier
- Lampiran 13 : Rekapitulasi Bimbingan
- Lampiran 14 : *Curriculum Vitae*

