

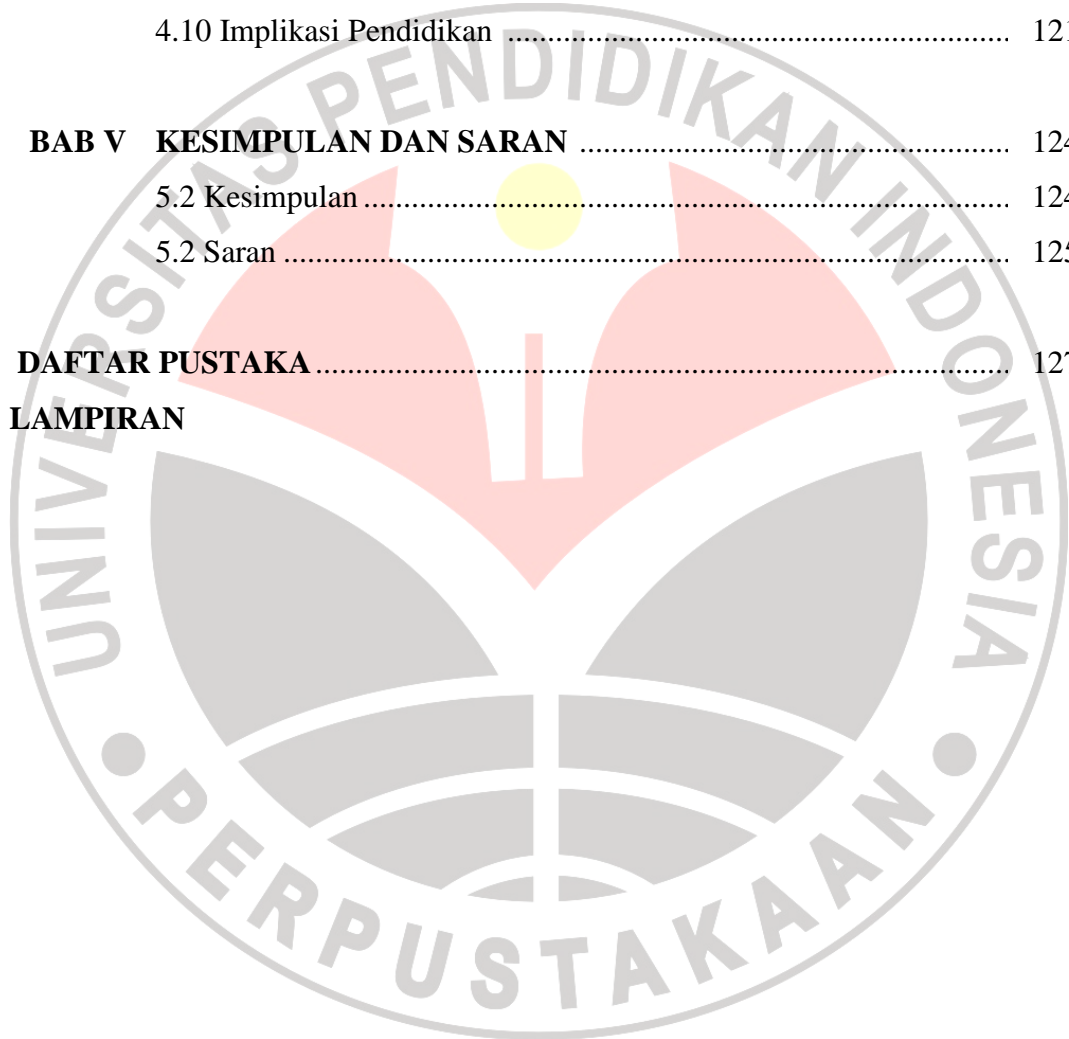
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMAKASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.4 Kerangka Pemikiran	8
1.5 Hipotesis	17
1.5.1 Hipotesis Mayor	17
1.5.2 Hipotesis Minor	17
1.6 Sistematika Pembahasan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Persaingan	19
2.1.1 Teori Persaingan	19
2.1.2 Tujuan Persaingan	20
2.1.3 Konsep Dasar Persaingan	21
2.1.4 Persaingan Dalam Aspek Produk	28
2.1.4.1 Pengertian Produk	28
2.1.4.2 Klasifikasi Produk	29
2.1.4.3 Bauran Produk	30
2.1.4.4 Kualitas Produk	31
2.1.4.5 Diferensiasi Produk	33

2.1.5 Persaingan Dalam Aspek Harga	38
2.2 Promosi	43
2.2.1 Pengertian Promosi.....	43
2.2.2 Fungsi Promosi	44
2.2.3 Jenis Promosi	46
2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi	49
2.3 Lokasi	54
2.3.1 Pengertian Lokasi	54
2.3.2 Teori Lokasi.....	54
2.3.3 Pemilihan Lokasi	57
2.4 Laba	58
2.4.1 Teori-teori Laba	61
2.4.2 Keuntungan Maksimum Dalam Pasar Persaingan Sempurna	63
2.5 Hubungan Persaingan dengan Laba.....	65
2.6 Hubungan Promosi dengan Laba.....	68
2.7 Hubungan Lokasi dengan Laba	69
2.8 Kajian Empirik Penelitian Terdahulu	71
BAB III METODE PENELITIAN.....	72
3.1 Objek Penelitian.....	72
3.2 Metode Penelitian	72
3.3 Populasi dan Sampel.....	73
3.3.1 Populasi.....	73
3.3.2 Sampel	73
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	74
3.5 Sumber dan Jenis Data	75
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.7 Prosedur Pengolahan Data	76
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian	76
3.8.1 Validitas	77
3.8.2 Reliabilitas	77

3.9 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.2 Gambaran Umum Kawasan Tekstil Cigondewah (KTC).....	87
4.3 Karakteristik Responden.....	89
4.3.1 Jenis Kelamin.....	89
4.3.2 Usia	89
4.3.3 Tingkat Pendidikan	90
4.3.4 Lama Usaha	91
4.4 Analisis Instrumen Penelitian	92
4.4.1 Uji Validitas	92
4.4.2 Uji Reliabilitas	93
4.5 Data Variabel Penelitian	94
4.5.1 Persaingan.....	94
4.5.2 Promosi	95
4.5.3 Lokasi.....	96
4.5.4 Laba	97
4.6 Penyebaran Variabel Penelitian Terhadap Karakteristik Responden	98
4.6.1 Variabel Persaingan Terhadap Karakteristik Responden ...	98
4.6.2 Variabel Promosi Terhadap Karakteristik Responden.....	100
4.6.3 Variabel Lokasi Terhadap Karakteristik Responden.....	103
4.6.4 Variabel Laba Terhadap Karakteristik Responden	106
4.7 Analisis Data	108
4.7.1 Uji Linieritas	110
4.7.2 Uji Normalitas.....	111
4.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	112
4.7.3.1 Uji Multikolinieritas	112
4.7.3.2 Uji Heteroskedastis	113
4.7.3.3 Uji Autokorelasi.....	113
4.8 Pengujian Hipotesis	114

4.8.1 Analisis Regresi Secara Simultan (Uji F)	114
4.8.2 Analisis Regresi Secara Parsial (Uji t).....	115
4.8.3 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	116
4.9 Pembahasan	117
4.9.1 Pengaruh persaingan terhadap laba.....	117
4.9.2 Pengaruh promosi terhadap laba.....	119
4.9.1 Pengaruh lokasi terhadap laba	120
4.10 Implikasi Pendidikan	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.2 Kesimpulan	124
5.2 Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Rata-rata Laba Pedagang Kain di KTC Periode November 2006 – Januari 2008	5
Tabel 2.1	Kajian Empirik Penelitian Terdahulu	71
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	74
Tabel 3.2	Aturan Keputusan Autokorelasi	82
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	90
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	91
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	92
Tabel 4.5	Uji Validitas.....	92
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas.....	93
Tabel 4.7	Pedoman Konversi Absolut Skala 5 Untuk Variabel Persaingan.....	94
Tabel 4.8	Persaingan Di Kawasan Tekstil Cigondewah (KTC).....	95
Tabel 4.9	Promosi Di Kawasan Tekstil Cigondewah (KTC)	96
Tabel 4.10	Lokasi Di Kawasan Tekstil Cigondewah (KTC).....	97
Tabel 4.11	Laba Pedagang Kain Di Kawasan Tekstil Cigondewah (KTC)	97
Tabel 4.12	Penyebaran Persaingan Berdasarkan Jenis Kelamin	98
Tabel 4.13	Penyebaran Persaingan Berdasarkan Usia.....	99
Tabel 4.14	Penyebaran Persaingan Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	99
Tabel 4.15	Penyebaran Persaingan Berdasarkan Lama Usaha.....	100
Tabel 4.16	Penyebaran Promosi Berdasarkan Jenis Kelamin	101
Tabel 4.17	Penyebaran Promosi Berdasarkan Usia.....	101
Tabel 4.18	Penyebaran Promosi Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	102
Tabel 4.19	Penyebaran Promosi Berdasarkan Lama Usaha	103
Tabel 4.20	Penyebaran Lokasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	104
Tabel 4.21	Penyebaran Lokasi Berdasarkan Usia	104
Tabel 4.22	Penyebaran Lokasi Berdasarkan Tingkat Pendidikan	105
Tabel 4.23	Penyebaran Lokasi Berdasarkan Lama Usaha.....	105
Tabel 4.24	Penyebaran Laba Berdasarkan Jenis Kelamin.....	106
Tabel 4.25	Penyebaran Laba Berdasarkan Usia	107

Tabel 4.26	Penyebaran Laba Berdasarkan Tingkat Pendidikan	107
Tabel 4.27	Penyebaran Laba Berdasarkan Lama Usaha	108
Tabel 4.28	Hasil Regresi Persaingan, Promosi dan Lokasi Terhadap Laba	109
Tabel 4.29	Hasil Uji Signifikansi	109
Tabel 4.30	Uji Multikolinearitas.....	112
Tabel 4.31	Hasil Uji F	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perusahaan Memperoleh Keuntungan Maksimum.....	10
Gambar 1.2	Kerangka Berfikir	16
Gambar 2.1	Lima Kekuatan Bersaing yang Menentukan Kemampulabaan Industri	26
Gambar 2.2	Penentuan Harga dan Jumlah yang Diperjualbelikan.....	39
Gambar 2.3	Akibat Pergeseran Permintaan Terhadap Keseimbangan.....	41
Gambar 2.4	Akibat Pergeseran Penawaran Terhadap Keseimbangan.....	41
Gambar 2.5	Push Strategy dan Pull Strategy	52
Gambar 2.6	Perusahaan Memperoleh Keuntungan Maksimum.....	64
Gambar 2.7	Persaingan sebelum Perusahaan lain Memasuki Pasar.....	66
Gambar 2.8	Persaingan setelah Perusahaan lain Memasuki Pasar.....	66
Gambar 4.1	Uji Linearitas	111
Gambar 4.2	Uji Normalitas.....	111
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastis.....	113
Gambar 4.4	Hasil Uji Autokorelasi	114