

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

	<b>Hal.</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat .....	7

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1 Pariwisata .....	9
2.1.2 Definisi Rumah Makan .....	11
2.1.3 Pengertian Pemasaran .....	16
2.1.4 Konsep Volume Penjualan .....	21
2.1.5 Konsep Persaingan .....	26
2.1.6 Pengertian Produk .....	32
2.1.7 Konsep Promosi .....	39
2.1.7.1 Tujuan Promosi .....	42
2.1.7.2 Bentuk Promosi .....	43

2.1.7.3 Fungsi Promosi .....	45
2.1.8 Hubungan Persaingan Terhadap Volume Penjualan .....	46
2.1.9 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan.....	47
2.1.10 Hubungan Promosi Terhadap Volume Penjualan .....	48
2.1.11 Kajian Penelitian Terdahulu .....	49
2.2 Kerangka Pemikiran .....	50
2.3 Hipotesis .....	52

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	53
3.2 Metode Penelitian .....	53
3.3 Operasionalisasi Variabel .....	54
3.4 Populasi Dan Sampel .....	56
3.4.1 Populasi .....	56
3.4.2 Sampel .....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.6 Jenis Dan Sumber Data .....	59
3.7 Validitas Dan Reabilitas .....	60
3.8 Teknik Analisis Data .....	66
3.9 Analisis Regresi Berganda .....	67
3.10 Pengujian Hipotesis .....	68
3.11 Uji Koefisien Determinasi Multiple (R <sup>2</sup> ) .....	69

### **BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

4.1 hasil Penelitian .....	70
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	70

4.1.2 Deskripsi Responden Penelitian .....	72
4.1.3 Profil Responden .....	72
4.1.4 Profil Pengusaha .....	78
4.2 Gambaran Deskripsi Variabel Penelitian .....	82
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian .....	82
4.2.2 Tangapan Responden Mengenai Persaingan Usaha .....	83
4.2.3 Tangapan Responden Mengenai Kualitas Produk .....	90
4.2.4 Tangapan Responden Mengenai Promosi .....	100
4.2.5 Deskripsi Variabel Volume Penjualan Perusahaan .....	104
4.3 Teknik Analisis Data .....	105
4.3.1 Analisis Korelasi .....	105
4.3.2 Model Regresi Linier Berganda .....	106
4.3.3 Koefisien Determinasi .....	108
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	109
4.4.1 Pengujian Hipotesis Uji F .....	109
4.4.2 Pengujian Hipotesis Uji T .....	111
4.4.3 Pengaruh Persaingan Parsial Terhadap Volume penjualan .....	112
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Parsial Terhadap Volume Penjualan ...	114
4.4.5 Pengaruh Promosi Parsial Terhadap Volume Penjualan .....	116
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	117
4.5.1 Pengaruh Persaingan Terhadap Volume Penjualan .....	117
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan .....	118
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan .....	118
4.5.4 Pengaruh Persaingan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan .....	119

**BAB V Kesimpulan dan Saran**

5.1 Kesimpulan .....122  
5.2 Saran .....123

**Daftar Pustaka**

**Lampiran**

**Riwayat Hidup**

