

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PENGESAHAPERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	
DAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Manajemen	12
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	12
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen	12
2.1.1.3 Fungsi Manajemen	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	17
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	17

2.1.2.2	Konsep-Konsep Manajemen Pemasaran	18
2.1.3	<i>Marketing Mix</i>	19
2.1.3.1	Pengertian <i>Marketing Mix</i>	19
2.1.3.2	Strategi <i>Marketing Mix</i>	20
2.1.3.2.1	Produk (<i>Product</i>)	20
2.1.3.2.1.1	Pengertian Produk	20
2.1.3.2.1.2	Indikator Produk	21
2.1.3.2.2	Harga (<i>Price</i>)	22
2.1.3.2.2.1	Pengertian Harga	22
2.1.3.2.2.2	Indikator Harga	23
2.1.3.2.3	Lokasi/Tempat (<i>Place</i>)	24
2.1.3.2.3.1	Pengertian Lokasi	24
2.1.3.2.3.2	Indikator Lokasi	24
2.1.3.2.4	Promosi (<i>Promotion</i>)	25
2.1.3.2.4.1	Pengertian Prmosi	25
2.1.3.2.4.2	Indikator Promosi	26
2.1.4	Volume Penjualan	27
2.1.4.1	Pengertian Volume Penjualan	27
2.1.4.2	Indikator Volume penjualan	28
2.1.5	Penelitian Terdahulu	29
2.2	Kerangka Pemikiran	34
2.2.1	Pengaruh Produk terhadap Volume Penjualan	34
2.2.2	Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan	34
2.2.3	Pengaruh Lokasi terhadap Volume Penjualan	35
2.2.4	Pengaruh Promosi terhadap Volume Penjualan	35
2.2.5	Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap Volume Penjualan	36
2.3	Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1.	Metode Penelitian Yang Digunakan	39
3.2.	Definisi Dan Operasionalisasi variabel	40
3.2.1.	Definisi Variabel	40

4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Lokasi (X_3) Pada Konsumen Konveksi Asep Tasikmalaya	75
4.1.3.4 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Promosi (X_4) Pada Konsumen Konveksi Asep Tasikmalaya	80
4.1.3.5 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Volume Penjualan (Y) Pada Konsumen Konveksi Asep Tasikmalaya ..	85
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	90
4.1.4.1 Pengaruh Produk Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasikmalaya	90
4.1.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasikmalaya	95
4.1.4.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasikmalaya	100
4.1.4.4 Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasikmalaya	108
4.1.4.5 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> (Produk, Harga, Lokasi dan Promosi) Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasikmalaya	114
4.2 Pembahasan	121
4.2.1 Pengaruh Produk Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasimalaya	121
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasimalaya	124
4.2.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasimalaya	127
4.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasimalaya	130
4.2.5 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> (Produk, Harga, Lokasi dan Promosi) Terhadap Volume Penjualan Konveksi Asep Tasimalaya	133
BAB IV HASIL PENELITIAN	137
5.1 Simpulan	137

5.2 Saran 139

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP