

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.3 Pengertian Produk.....	11
2.4 Pengertian Atribut Produk.....	11
2.4.1 Analisa Atribut.....	13
2.4.2 Perangkat Atribut Produk.....	14
2.5 Pengertian Volume Penjualan.....	15
2.5.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	17

2.5.2 Hubungan Antara Atribut Produk Terhadap Volume	
Penjualan	17
2.2 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Identifikasi Penelitian.....	19
3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Lokasi Penelitian.....	19
3.4 Populasi dan Sampel	19
3.5 Definisi Operasional Variabel	20
3.6 Metode Pengumpulan Data	21
3.7 Metode Analisis Data	22
3.7.1 Analisa Data Kualitatif.....	22
3.7.2 Analisa Data Kuantitatif.....	22
3.8 Uji Hipotesis	25
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	29
4.1 Sejarahnya Berdirinya Perusahaan.....	29
4.2 Lokasi Penelitian	31
4.3 Tujuan Perusahaan	31
4.4 Struktur Organisasi.....	32
4.5 Produksi.....	38
4.5.1 Proses Pembuatan Jamu	38
4.5.2 Jenis Produk Jamu	41
4.6 Pemasaran.....	42

4.6.1 Daerah Pemasaran.....	42
4.6.2 Saluran Disrtibusi.....	43
4.7 Personalia	44
4.7.1 Penarikan Tenaga Kerja	45
4.7.2 Pemeliharaan Tenaga Kerja.....	45
BAB V PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA	48
5.1 Pembahasan.....	48
5.1.1 Atribut Produk	48
5.1.2 Mutu Produk.....	48
5.1.3 Merk Produk.....	50
5.1.4 Desain Produk	52
5.1.5 Volume penjualan	54
5.2 Analisis Data	55
5.2.1 Analisis Hasil Perhitungan Regresi Sederhana	55
5.2.2 Analisis Regresi Sederhana Mutu Produk Terhadap Volume Penjualan	55
5.2.3 Analisis Regresi Sederhana Merk Produk Terhadap Volume Penjualan	56
5.2.4 Analisis Regresi Sederhana Desain Produk Terhadap Volume Penjualan	57
5.2.5 Regresi Berganda	58
5.3 Pengujian Hipotesis	59

5.3.1 Pengujian Hipotesis Antara Variabel Mutu Produk Dengan Volume Penjualan	59
5.3.2 Pengujian Hipotesis Antara Variabel Merk Produk Dengan Volume Penjualan	61
5.3.3 Pengujian Hipotesis Antara Variabel Desain Produk Dengan Volume Penjualan	62
5.3.4 Uji Koefisien Regresi Berganda Antara Mutu Produk, Merk Produk, Desain Produk Terhadap Volume Penjualan	64
BAB VI PENUTUP	66
6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Saran-saran	69

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA