

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Peneliatian .....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	12
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	13
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	13

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR**

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	15
2.1.2 Tujuan Pemasaran.....	17
2.1.3 Konsep Pemasaran .....	18

2.1.4	Strategi Pemasaran.....	20
2.2	Produk .....	21
2.2.1	Tingkatan Produk.....	23
2.2.2	Konsep Produk.....	24
2.2.3	Kualitas Produk.....	25
2.3	Label.....	26
2.3.1	Fungsi Label.....	28
2.3.2	Tipe-tipe Label.....	28
2.3.3	Keuntungan Menggunakan Label yang Efektif.....	29
2.3.4	Tujuan Pelabelan.....	29
2.4	Label Produk .....	30
2.4.1	Indikator Label Produk .....	31
2.5	Penjualan .....	32
2.5.1	Faktor Penjualan .....	34
2.6	Volume Penjualan .....	35
2.6.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan .....	36
2.6.2	Indikator Volume Penjualan .....	37
2.7	Penelitian Terdahulu.....	38
2.8	Kerangka Pemikiran .....	39
2.9	Hipotesis .....	42

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Metode Penelitian.....	45
3.1.1	Paradigma Penelitian .....	45
3.1.2	Metode Penelitian Yang Digunakan .....	46
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	47
3.1.4	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.1.5	Teknik Analisis Data.....	55

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASA**

4.1	Gambaran Umum PT. Soka Cipta Niaga .....	64
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	64
4.1.2	Profil PT. Soka Cipta Niaga.....	64
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	65
4.1.4	Budaya Perusahaan .....	65
4.1.5	Logo dan Makna Perusahaan.....	66
4.1.6	Struktur Organisasi .....	67
4.1.7	Job Description PT. Soka Cipta Niaga .....	68
4.1.8	Sumber Daya Manusia (SDM) Perusahaan .....	82
4.2	Kondisi Label Produk Kaos Kaki <i>Active Sock Sport</i> Terhadap Volume Penjualan .....	83
4.2.1	Karakteristik Responden.....	83
4.3	Kondisi Label Produk.....	84
4.3.1	Gambar.....	85
4.3.2	Tulisan.....	87
4.3.3	Menempel Pada Kemasan.....	93
4.3.4	Harga.....	97
4.3.5	Ketersediaan Produk .....	98
4.4	Volume Penjualan Pada PT. Soka Cipta Niaga Bandung .....	99
4.4.1	Memasarkan Produk Dengan Sedemikian Rupa Sehingga Konsumen Dapat Melihatnya .....	99
4.4.2	Menempatkan dan Pengaturan Yang Teratur Sehingga Produk Tersebut Akan Menarik Perhatian Konsumen.....	103
4.4.3	Mengadakan Pemeriksaan Pasar.....	104
4.4.4	Menentukan Calon Pembeli Atau Konsumen Yang Potensial...	106
4.4.5	Mengadakan Pameran.....	107
4.4.6	Mengadakan Diskon Atau Potongan Harga.....	108
4.5	Pengaruh Label Produk Kaos Kaki <i>Active Sock Sport</i> Terhadap Volume Penjualan di PT. Soka Cipta Niaga Bandung.....	111
4.5.1	Analisis Skor .....	111
4.6	Pengujian Instrumen Penelitian.....	116
4.6.1	Uji Validitas Instrumen.....	117

4.6.2 Uji Reliabilitas Instrument.....	121
4.7 Analisis Data .....	122
4.7.1 Regresi Linier Sederhana.....	122
4.7.2 Koefesien Korelasi Rank Spearman .....	124
4.7.3 Koefesien Determinasi ( $r^2$ ).....	126
4.7.4 UjiHipotesis .....	127
4.8 Hambatan Dan Upaya Untuk Mengatasi Hambatan Terkait Label Produk Yang Berpengaruh Terhadap Volume Penjualan.....	129
4.8.1 Hambatan Yang Dihadapi Dalam Label Produk Kaos Kaki Active Sock Sport Terhadap Volume Penjualan .....	129

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	131
5.2 Saran.....	134

## **DAFTAR PUSTAKA ..... 136**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN ..... 138**