

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN/PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK BAHASA INDONESIA .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT (Terjemahan Abstrak Bahasa Inggris).....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK (Terjemahan Abstrak Bahasa Sunda) .....</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>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>

### **BAB I    PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.5. Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	11

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

2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian .....	13
2.1.1. Pengertian Administrasi Bisnis .....	13
2.1.2. Pemasaran.....	14
1) Pengertian Pemasaran .....	14
2) Bauran Pemasaran.....	15
2.1.3. Harga .....	16
1) Pengertian Harga.....	16
2) Penetapan Harga .....	17

3) Tujuan Penetapan Harga .....	18
4) Indikator-indikator Harga .....	19
5) Metode Penetapan Harga .....	20
6) Strategi Penetapan Harga .....	22
2.1.4. Penjualan .....	23
1) Pengertian Penjualan .....	23
2) Target Penjualan .....	24
3) Tujuan Penjualan.....	25
2.1.5. Hubungan Penetapan Harga dengan Penjualan.....	28
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Kerangka Pemikiran .....	32
2.4. Hipotesis .....	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Metode Penelitian .....	37
3.1.1. Paradigma Penelitian.....	37
3.1.2. Metode Penelitian .....	38
3.1.3. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	39
1) Variabel Penelitian.....	39
2) Operasional Variabel.....	40
3.1.4. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1) Data Primer .....	41
2) Data Sekunder .....	44
3.1.5. Teknik Analisis Data.....	44
1) Analisis Skor Tiap Variabel.....	44
3.1.6. Uji Instrument .....	47
1) Uji Validitas Instrument.....	47
2) Uji Reliabilitas Instrument .....	49
3.1.7. Uji Analisis Data.....	50
1) Analisis Regresi Linear Sederhana .....	50
2) Uji Hipotesis .....	51

3) Analisis Korelasi Rank Spearman.....	52
4) Analisis Koefisien Determenasi.....	53

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1.1. Gambaran Umum PT Ivan Cipta Mukti Perkasa .....	55
1.1.1. Sejarah Perusahaan .....	55
1.1.2. Profil Perusahaan .....	56
1.1.3. Logo dan Makna Perusahaan.....	56
1.1.4. Produk KLF PT Ivan Cipta Mukti Perkasa .....	57
1.1.5. Struktur Organisasi .....	58
1.1.6. Job Description PT. Ivan Cipta Mukti Perkasa .....	58
1.2. Pelaksanaan penetapan harga produk KLF yang dilaksanakan oleh PT Ivan Cipta Mukti Perkasa .....	61
1.2.1. Keterjangkauan harga .....	62
1.2.2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.....	66
1.2.3. Daya saing harga.....	69
1.2.4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk .....	71
1.3. Pencapaian target penjualan produk KLF di PT Ivan Cipta Mukti Perkasa .....	73
1.3.1. Mencapai volume penjualan tertentu.....	73
1.3.2. Mendapatkan laba.....	78
1.3.3. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan.....	81
1.4. Pengaruh penetapan harga terhadap target penjualan produk KLF di PT Ivan Cipta Mukti Perkasa .....	84
1.4.1. Analisis Skor.....	84
1.4.1.1. Analisis Skor Variabel Penetapan Harga (X).....	84
1.4.1.2. Analisis Skor Variabel Target Penjualan (Y).....	88
1.4.2. Pengujian Instrumen Penelitian .....	90
1.4.2.1. Uji Validitas Instrumen .....	90
1.4.2.2. Pengujian Reliabilitas .....	93
1.4.3. Analisis Data.....	94

1.4.3.1. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	94
1.4.3.2. Analisis Korelasi Rank Spearman .....	95
1.4.3.3. Uji Hipotesis .....	97
1.4.3.4. Analisis Koefisien Determenasi .....	98
1.5. Hambatan dan upaya untuk mengatasi hambatan terkait penetapan harga produk KLF terhadap target penjualan .....	100
1.5.1. Hambatan yang dihadapi dalam penetapan harga produk KLF terhadap target penjualan.....	100
1.5.2. Upaya yang dilakukan PT Ivan Cipta Mukti Perkasa ..	100

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	99
5.2. Saran .....	100

## **DAFTAR PUSTAKA .....102**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN .....104**