

## 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>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>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Peneleitian .....	7
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	8
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	8
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	8
1.5.3. Jadwal Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA &amp; KERANGKA BERPIKIR .....</b>	<b>10</b>
2.1 Administrasi .....	10
2.1.1. Ciri Administrasi.....	11
2.1.2. Fungsi Administrasi.....	12
2.1.4 Tujuan Administrasi .....	13
2.2 Administrasi Bisnis .....	14
2.3 Pemasaran.....	17
2.3.1 Pengertian Pemasaran.....	17
2.3.2 Tujuan Pemasaran.....	18
2.3.3 Fungsi Pemasaran .....	19
2.4 Bauran Pemasaran .....	19
2.4.1 Unsur bauran Pemasaran .....	20
2.4.2. Manfaat bauran Pemasaran .....	21

2.5 Volume Penjualan .....	21
2.5.1 Beberapa Usaha Untuk Meningkatkan Volume Penjualan.....	22
2.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	23
2.6 Penelitian Terdahulu.....	24
2.7 Kerangka Pemikiran .....	27
2.5 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODEDE &amp; OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Metode Penelitian .....	31
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.1.2 Metode Penelitian Yang Digunakan .....	32
3.1.3 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	34
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.2 Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Gambaran Umum Usaha Pabrik Keramik Sawargi Itong Saputra .....	46
4.1.2 Visi dan Misi.....	46
4.1.3 Struktur Organisasi Usaha Pabrik Keramik Sawargi Itong Saputra .....	47
4.1.4 Kondisi Karyawan Usaha Pabrik Keramik Sawargi Itong Saputra .....	50
4.2 Bauran Pemasaran dan Volume Penjualan.....	52
4.2.1 Bauran Pemasaran pada Usaha Pabrik Keramik Sawargi Itong Saputra.....	52
4.2.2 Volume Penjualan.....	66
4.3 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan .....	78
4.4 Analisis Data .....	82
4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana .....	82
4.4.2 Hasil Analisis Korelasi Rank Spearman (rs).....	84
4.4.3 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	85
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	86
4.5 Hambatan dan Upaya Peningkatan Volume Penjualan.....	88
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Penjualan.....	4
Table 1.2 Jadwal Penelitian.....	9
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	30
Tabel 3.2 Skala Linkert.....	34
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	34
Tabel 4.1 Karyawan Berdasarkan Unit Kerja.....	50
Tabel 4.2 Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Karyawan Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.4 Karyawan Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja.....	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan.....	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas.....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Harga Terjangkau.....	58
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga.....	59
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi dan Fasilitas .....	61
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Pemasaran Langsung.....	62
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Periklanan.....	64
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Laba.....	66
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Target Penjualan.....	67
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Peningkatan V Penjualan.....	69
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Hubungan Efektif Dengan Konsumen .....	70
Tabel 4.17 Resume Jawaban Kuesioner Bauran Pemasaran.....	72
Tabel 4.18 Nilai Bobot Standar Variabel X (Bauran Pemasaran).....	74
Tabel 4.19 Resume Jawaban Kuesioner Volume Penjualan.....	75
Tabel 4.20 Nilai Bobot Standar Variabel Y (Volume Penjualan).....	76
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran.....	78
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Volume Penjualan.....	79
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	80
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi.....	81
Tabel 4.25 Hasil Nonparametric Correlation.....	83
Tabel 4.26 Hasil Analisis Rank Spearman.....	83
Tabel 4.27 Interval Koefisien Korelasi Lokasi Usaha.....	84
Tabel 4.28 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4.29 Hasil Uji Hipotesis.....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Pemiikiran.....	24
Gambar 3.1 Paradigma Penelitian.....	27
Gambar 4.1.3 Struktur Organisasi Usaha Pabrik Keramik Sawargi Itong Saputra Bandung .....	48
Gambar 4.3.2.3 Paradigma Hasil Penelitian.....	85