

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1. Kegunaan Teoritis/Akademik.....	10
1.4.2. Kegunaan Praktis/Empiris	11
1.5. Lokasi dan Lamanya Penelitian	11
1.5.1. Lokasi Penelitian	11
1.5.2. Lamanya Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	13
2.1. Administrasi Bisnis	13
2.1.1. Administrasi.....	13
2.1.2. Administrasi Bisnis.....	14
2.2. Pemasaran	14
2.2.1. Fungsi Pemasaran	15
2.2.2. Tujuan Pemasaran.....	16
2.2.3. Manajemen Pemasaran	16
2.3. Bauran Pemasaran	18
2.4. Keragaman Produk.....	20
2.4.1. Pengertian Produk.....	20
2.4.2. Pengertian Keragaman Produk	21
2.4.3. Indikator Keragaman Produk.....	24
2.4.4. Faktor yang Mempengaruhi Keragaman Produk.....	24
2.5. Harga	26
2.5.1. Pengertian Harga	26
2.5.2. Indikator Harga.....	28
2.5.3. Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	28
2.6. Kepuasan Konsumen.....	29
2.6.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	29

2.6.2.	Indikator Kepuasan Konsumen.....	32
2.6.3.	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	32
2.7.	Hubungan Keragaman Produk dan Harga Jual terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.7.1.	Hubungan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen.	34
2.7.2.	Hubungan Harga Jual terhadap Kepuasan Konsumen.....	35
2.7.3.	Hubungan Keragaman Produk dan Harga Jual terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.8.	Penelitian Terdahulu.....	37
2.9.	Kerangka Pemikiran.....	39
2.9.1.	Keragaman Produk	39
2.9.2.	Harga Jual	40
2.9.3.	Kepuasan Konsumen	42
2.10.	Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN		47
3.1.	Metode Penelitian.....	47
3.1.1.	Paradigma Penelitian	47
3.1.2.	Metode Penelitian	48
3.1.3.	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	49
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	51
3.2.1.	Data Primer	52
3.2.2.	Data Sekunder.....	55
3.3.	Teknik Analisis Data	55
3.3.1.	Analisis Skor Variabel	55
3.3.2.	Uji Validitas Instrumen.....	57
3.3.3.	Uji Reliabilitas Instrumen.....	58
3.3.4.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	59
3.3.5.	Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		64
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1.	Gambaran Umum Toko Gorden Cahaya Makmur	64
4.1.2.	Visi Misi Toko Gorden Cahaya Makmur	65
4.1.3.	Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan	65
4.1.4.	Keadaan Karyawan di Toko Gorden Cahaya Makmur.....	67
4.1.5.	Gambaran Umum Data Responden Toko Gorden Cahaya Makmur.....	68
4.2.	Pelaksanaan Keragaman Produk, Harga Jual dan Kepuasan Konsumen Pada Toko Gorden Cahaya Makmur di Kabupaten Bandung	70
4.2.1.	Pelaksanaan Keragaman Produk Pada Toko Gorden Cahaya Makmur.....	70
4.2.2.	Pelaksanaan Harga Jual pada Toko Gorden Cahaya Makmur... 86	86
4.2.3.	Kondisi Kepuasan Konsumen Pada Toko Gorden Cahaya Makmur.....	99
4.3.	Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Gorden Cahaya Makmur.....	113
4.3.1.	Analisis Alat Instrumen	113

4.3.2. Analisis Data.....	116
4.4. Hambatan dan Upaya yang Dihadapi Toko Gorden Cahaya Makmur	146
4.4.1. Hambatan yang Dihadapi	147
4.4.2. Upaya yang Dilakukan	148
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	150
5.1. Kesimpulan	150
5.2. Saran.....	153
DAFTAR PUSTAKA.....	155
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	158