

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
MOTTO .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RIWAYAT HIDUP PENELITI .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Lokasi Penelitian Dan Lamanya Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Administrasi Bisnis .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.1 Pengertian Administrasi.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.2 Pengertian Administrasi Bisnis.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.3 Tujuan Administrasi Bisnis.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.4 Manfaat Administrasi Bisnis.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Strategi Produk .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.1 Pengertian Strategi.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.2 Pengertian Produk .....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.3 Pengertian Strategi Produk.....</b>	<b>14</b>
<b>2.3 Strategi Produk yang bisa di Terapkan .....</b>	<b>15</b>
<b>2.3.1 Strategi Positioning Produk .....</b>	<b>15</b>
<b>2.3.2 Strategi Desain Produk.....</b>	<b>16</b>
<b>2.3.3 Strategi Pengembangan Produk .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3.4 Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk.....</b>	<b>16</b>

2.3.5 Strategi Desain dan Pengembangan Produk .....	17
2.3.6 Strategi Bauran Pemasaran .....	17
2.4 Pengertian Penjualan.....	17
2.4.1 Bentuk Penjualan .....	18
2.4.2 Jenis-Jenis Penjualan .....	19
2.4.3 Tujuan Penjualan .....	20
2.4.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	21
2.4.5 Proses Penjualan .....	23
2.5 Pengaruh strategi produk terhadap peningkatan penjualan.....	24
2.5.1 Strategi Penempatan .....	24
2.5.2 Strategi Reposisi .....	24
2.5.3 Strategi Tumpah Tindih .....	25
2.5.4 Strategi Lingkup Produk.....	25
2.5.5 Strategi Eliminasi Produk .....	25
2.5.6 Strategi Produk Baru.....	25
2.5.7 Strategi Diversifikasi.....	26
2.6 Penelitian Terdahulu.....	26
2.7 Kerangka Pemikiran.....	28
2.8 Hipotesis .....	31
2.9 Proposisi Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Metode Penelitian.....	33
3.1.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	33
3.1.2 Paradigma Penelitian .....	33
3.1.3 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	34
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.1.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.1.5.1 Analisis Skor Variabel .....	41
3.1.5.2 Uji Instrumen Penelitian.....	42
3.1.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	43
3.1.5.4 Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	44
3.1.5.5 Koefisien Determinasi .....	45
3.1.5.5 Uji Hipotesis.....	46

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	48
<b>4.1 Gambaran Umum Kafe Boemi Fals Cicalengka</b> .....	48
4.1.1 Profil Kafe Boemi Fals Cicalengka .....	48
4.1.2 Logo Kafe Boemi Fals Cicalengka .....	49
4.1.3 Visi dan Misi Kafe Boemi Fals Cicalengka .....	49
4.1.4 Struktur dan Uraian Tugas Kafe Boemi Fals Cicalengka .....	50
4.1.5 Karakteristik Responden Kafe Boemi Fals Cicalengka .....	52
<b>4.2 Pelaksanaan Strategi Produk dan Peningkatan Penjualan Kafe Boemi Fals Cicalengka</b> .....	55
4.2.1 Strategi Produk Kafe Boemi Fals Cicalengka .....	55
4.2.2 Peningkatan Penjualan Kafe Boemi Fals Cicalengka .....	74
4.2.3 Analisis Skor Variabel .....	93
<b>4.3 Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Kafe Boemi Fals di Cicalengka</b> .....	98
4.3.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	98
4.3.1.1 Uji Validitas Instrumen .....	98
4.3.1.2 Uji Reabilitas Instrumen .....	99
4.3.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	100
4.3.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	100
4.3.2.2 Koefisien Korelasi Rank Spearman .....	101
4.3.2.3 Koefisien Determinasi .....	101
4.3.2.4 Uji Hipotesis .....	102
<b>4.4 Hambatan dan Upaya</b> .....	103
4.4.1 Hambatan.....	103
4.4.1 Upaya.....	103
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	105
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Saran.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	109
<b>LAMPIRAN</b> .....	111