

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
RINGKESAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	14
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	14
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Konsep Administrasi Bisnis.....	16
2.1.1 Pengertian Administrasi.....	16
2.1.2 Administrasi Bisnis.....	16
2.2 Pemasaran (Marketing).....	18
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	20
2.2.3 Tujuan strategi Pemasaran.....	22

2.3	Bauran Pemasaran.....	23
2.4	Kualitas produk.....	28
2.4.1	Pengertian Kualitas Produk.....	28
2.5	Penentuan Harga.....	31
2.5.1	Pengertian Penentuan Harga.....	31
2.6	Kepercayaan Konsumen.....	35
2.6.1	Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	35
2.7	Penelitian Terdahulu.....	37
2.8	Kerangka Pemikiran.....	38
2.9	Hipotesis.....	45
BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....		47
3.1	Metode Penelitian.....	47
3.1.1	Paradigma Penelitian.....	47
3.1.2	Metode Penelitian.....	48
3.2	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	49
3.1	Variabel Penelitian.....	49
3.2	Operasional Variabel.....	50
3.3	Teknik Pengumpulan data.....	51
3.3.1	Data Primer.....	52
3.3.2	Data Sekunder.....	55
3.4	Teknik Analisis Data.....	56
3.5	Pengajian Instrumen Penelitian.....	56
3.5.1	Uji Validitas Instrumen.....	56
3.5.2	Uji Realibilitas Instrumen.....	57
3.6	Analisis Data.....	58
3.6.1	Analisis Data Deskriptif.....	58
3.6.2.	Regresi Linear Berganda.....	61
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	63
3.7.1	Uji Validitas.....	63
3.7.2	Uji Realibilitas.....	64
3.8	Hipotesis Statistik.....	65

3.8.1	Uji Parsial.....	65
3.8.2	Uji Simultan.....	67
3.8.3	Koefisien Determinasi.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1	Gambaran Umum BULOG.....	72
4.1.1	Profil Singkat Perusahaan.....	72
4.1.2	Visi dan Misi BULOG.....	73
4.1.3	Logo Perusahaan.....	74
4.1.4	Struktur Organisasi UB Jastasma.....	75
4.1.5	Uraian Tugas.....	75
4.1.6	Karakteristik Responden.....	78
4.2	Kondisi Kualitas Produk Pada BULOG.....	80
4.2.1	Kesesuaian Spesifikasi.....	80
4.2.2	Kinerja Produk.....	81
4.2.3	Daya Tahan.....	82
4.2.4	Keandalan.....	83
4.3	Kondisi Harga Pada Produk BULOG.....	84
4.3.1	Aksesibilitas Harga.....	84
4.3.2	Kesesuaian Harga dengan Kualitas.....	86
4.3.3	Daya Saing Harga.....	87
4.3.4	Konsistensi Harga.....	88
4.3.5	Kepastian dan Keterbukaan Harga.....	89
4.4	Kondisi Kepercayaan Konsimen pada BULOG.....	90
4.4.1	Pengenalan Kebutuhan.....	90
4.4.2	Pencarian Informasi.....	91
4.4.3	Evaluasi Alternatif.....	92
4.4.4	Keputusan Pembelian.....	93
4.4.5	Perilaku Pasca Pembelian.....	94
4.5	Uji Instrumen Penelitian.....	95
4.5.1	Uji Validitas.....	95
4.5.2	Uji Reliabilitas.....	96

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	97
4.7 Uji Hipotesis.....	99
4.7.1 Uji Parsial T.....	99
4.7.2 Uji Simultan F.....	100
4.7.3 Koefisien Determinasi.....	101
4.8 Pembahasan.....	102
4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Beras dan Penentuan Harga terhadap Kepercayaan Konsumen BULOG Kabupaten Indramayu.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.7 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109