

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak	xvi
<i>Abctract</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Ruang lingkup dan Keterbatasan Penelitian	10
1. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
2. Keterbatasan Penelitian.....	10
G. Penegasan Istilah	11
1. Definisi Konseptual	11
2. Definisi Operasional	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Manajemen Pemasaran	15
B. Strategi Bauran Pemasaran	16

1. Pengertian Strategi.....	16
2. Bauran Pemasaran.....	19
C. Kualitas Sumber Daya Manusia.....	35
1. Pengertian Kualitas Sumber Daya Manusia.....	35
2. Indikator Kualitas Sumber Daya Manusia	38
D. Pengembangan Usaha.....	40
1. Pengertian Pengembangan Usaha.....	40
2. Indikator Pengembangan Usaha	42
E. Kajian Penelitian Terdahulu	44
F. Kerangka Konseptual	50
G. Hipotesis Penelitian.....	52

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	54
1. Pendekatan Penelitian	54
2. Jenis Penelitian	54
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	55
1. Populasi Penelitian.....	55
2. Sampling Penelitian	55
3. Sampel penelitian.....	56
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	56
1. Sumber data.....	56
2. Variabel Penelitian.....	56
3. Skala Pengukuran	57
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	58
1. Teknik Pengumpulan Data.....	58
2. Instrumen Penelitian	58
E. Analisis Data.....	58
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	60
3. Uji Asumsi Klasik.....	61
4. Analisis Regresi Linear Berganda	63

5. Uji Hipotesis.....	63
6. Analisis Koefisien Determinasi.....	65

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	72
C. Deskripsi Data.....	74
D. Hasil Analisis Data.....	79
1. Uji Validitas	79
2. Uji Reliabilitas.....	80
E. Uji Asumsi Klasik.....	81
1. Uji Normalitas	81
2. Uji Multikolinearitas.....	82
3. Uji Heteroskedastisitas.....	83
F. Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
G. Uji Hipotesis	87
1. Uji t	87
2. Uji f.....	90
3. Analisis Koefisien Determinasi.....	92

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha	94
B. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan Usaha.....	95
C. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan Usaha	97
D. Variabel Yang Paling Dominan Berpengaruh Antara Strategi Bauran Pemasaran Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan Usaha.....	99

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	100
B. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN