

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penulisan	7
D. Identifikasi dan Batasan Masalah	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penegasan Istilah	10
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Deskripsi Teori	14
1. Strategi Bauran Pemasaran	14
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
3. Penjualan	27
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Konseptual	42
D. Hipotesis Penelitian	43

BAB III METODE PENELITIAN.....	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	45
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	47
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	50
E. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	62
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
B. Hasil Penelitian.....	64
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	64
2. Deskripsi Variabel Penelitian	65
3. Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	69
4. Uji Asumsi Klasik	75
5. Uji Regresi.....	79
BAB V PEMBAHASAN	87
A. Pengaruh Variabel Produk (X1) Terhadap Variabel Penjualan (Y) 30 UKM Kuliner Blitar.....	87
B. Pengaruh Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Penjualan (Y) 30 UKM Kuliner Blitar.....	89
C. Pengaruh Variabel Lokasi (X3) Terhadap Variabel Penjualan (Y) 30 UKM Kuliner Blitar.....	91
D. Pengaruh Variabel Promosi (X4) Terhadap Variabel Penjualan (Y) 30 UKM Kuliner Blitar.....	92
BAB VI PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	106
BIODATA PENELITI.....	137