

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Kerangka Teoritis.....	15
2.1.1 Penjualan Produk (Y).....	15
2.1.1.1 Pengertian Penjualan Produk.....	15
2.1.1.2 Tujuan Penjualan Produk.....	16
2.1.1.3 Indikator Penjualan Produk	17
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	19
2.1.2.1 Konsep Dan Pengertian Strategi Pemasaran	19
2.1.2.2 Fungsi Dan Tujuan Strategi Pemasaran.....	21
2.1.2.3 Indikator Strategi Pemasaran	23
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	24
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	24
2.1.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	26
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	31

2.3.1 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Di Grosir An-Nazla Kota Kisaran	32
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Produk Di Grosir An-Nazla Kota Kisaran	32
2.3.3 Pengaruh Strategi Pemasaran Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Produk Di Grosir An-Nazla Kota Kisaran	33
2.4 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel	37
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	38
3.3.1 Variabel Penelitian	38
3.3.2 Defenisi Operasional	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Observasi	41
3.4.2 Wawancara	41
3.4.3 Studi Pustaka	41
3.4.4 Kuesioner	42
3.5 Uji Instrumen Penelitian	43
3.5.1 Uji Validitas	44
3.5.2 Uji Reliabilitas	45
3.6 Teknik Analisis data	46
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	47
3.6.1.1 Uji Normalitas	46
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas	47
3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas	48
3.6.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.7 Uji Hipotesis	50
3.7.1 Uji Persial (Uji T)	50

3.7.2 Uji Simultan F (F-Test)	51
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1.1 Sejarah Instansi	53
4.1.1.2 Visi dan Misi Instansi	54
4.2 Deskripsi Data Penelitian	55
4.2.1 Deskripsi Data Berdasarkan Identitas Responden	55
4.3 Uji Instrument Penelitian	58
4.3.1 Uji Validitas	58
4.3.1.1 Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran (X1)	58
4.3.1.2 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	59
4.3.1.3 Uji Validitas Variabel Penjualan Produk (Y)	60
4.3.2 Uji Reliabilitas	61
4.3.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Strategi Pemasaran (X1)	61
4.3.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	62
4.3.2.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penjualan Produk (Y)	62
4.4 Teknik Analisis Data	63
4.4.1 Uji Normalitas	63
4.4.2 Uji Multikolinearitas	67
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	68
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.6 Uji Hipotesis	70
4.6.1 Uji T (Persial)	70
4.6.2 Uji Simultan (Uji-F)	72
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	73
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.7.1 Pengaruh Strategi Pemasaran (X1) Terhadap Penjualan Produk (Y) Di Grosir An-Nazla Kota Kisaran	74

4.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Penjualan Produk (Y) Di Grosir An-Nazla Kota Kisaran.....	75
4.7.1 Pengaruh Strategi Pemasaran (X1) Dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Penjualan Produk (Y) Di Grosir An-Nazla Kota Kisaran.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84

