

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

LEMBAR PERBAIKAN

LEMBAR KEASLIAN TULISAN

LEMBAR KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

HAK CIPTA

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR..... x

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Identifikasi Masalah9

1.3 Batasan Masalah9

1.4 Rumusan Masalah.....9

1.5 Tujuan Penelitian.....10

1.6 Manfaat Penelitian.....10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 12

2.1 Pengertian Strategi Pemasaran12

2.1.1 Pengertian Pemasaran12

2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....14

2.1.3 Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran.....17

2.1.4 Konsep Pemasaran20

2.1.5 Ruang Lingkup Pemasaran	23
2.2 Indikator strategi pemasaran.....	25
2.3 Volume Penjualan.....	26
2.3.1 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	28
2.3.2 Indikator Volume Penjualan	32
2.4 Hubungan Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan	33
2.5 Hipotesis	35
2.6 Kerangka Konseptual	36
2.7 Penelitian terdahulu	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian	39
3.2.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)	39
3.2.2 Variabel terikat (Dependent Variabel)	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.1 Sampel	41
3.4 Instrumen Penelitian	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Teknik Analisa Data	42
3.6.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.4 Uji Koefisien Korelasi	44
3.6.5 Uji Asumsi Klasik	44
3.6.6 Uji Regresi Linier Sederhana.....	45
3.6.7 Uji Koefisien Determinan	45
3.6.8 Uji Hipotesis (Uji T)	46
3.7 Lokasi dan jadwal Penelitian.....	46
3.7.1 Lokasi dan jadwal Penelitian	46

3.7.2 Jadwal Penelitian.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Temuan Penelitian.....	48
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Mandrehe Kabupaten Nias Barat	48
4.1.2 Visi dan Misi	48
4.1.3 Struktur Organisasi.....	49
4.2 Karakteristik Responden.....	49
4.2.1 Pengelompokan Responden Menurut Jenis Kelamin.....	50
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	50
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
4.2.4 Tabulasi data	52
4.3 Uji Validitas Dan Reabilitas	54
4.3.1 Validitas.....	54
4.3.2 Uji Reliabilitas	57
4.4 Uji Koefisien Kolerasi	59
4.5 Uji Asumsi Klasik	59
4.5.1 Uji Normalitas.....	59
4.5.2 Uji Linearitas	60
4.6 Uji Regresi Linear Sederhana	61
4.7 Uji Hipotesis	61
4.7.1 Uji Determinasi (R).....	61
4.7.2 Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	62
4.8 Pembahas Hasil Penelitian.....	63
4.8.1 Apakah Ada Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Mandrehe Kabupaten Nias Barat	63

4.8.2 Sebesar Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Narindo Solusi Telekomunikasi TAP Mandrehe Kabupaten Nias Barat	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Kartu Perdana	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	40
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	47
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Menurut Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Menurut Jenis Umur	50
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Menurut Jenis Pendidikan	51
Tabel 4.4 Jawaban Responden Variabel (X).....	53
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel (Y).....	54
Tabel 4.6 Uji Vliditas Strategi Pemasaran	55
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Volume Penjualan	56
Tabel 4.8 Uji Realibilitas	58
Tabel 4.9 Item-Total Statistik	58
Table 4.10 Uji Koefisien Kolerasi	59
Tabel 4.11 Uji Normalitas	60
Tebel 4.12 Uji Linearitas.....	60
Tabel 4.13 Uji Regresi Linear Sederhana	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi (R)	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi	49
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	62