



## DAFTAR ISI

SKRIPSI .....	i
HALAMAN PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	ii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii
INTISARI .....	viii
ABSTRACT .....	ix
1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan .....	5
1.4 Kegunaan .....	5
2. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	7
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1 Pasar Lelang Komoditi .....	7
2.1.2 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Bauran Pemasaran .....	13
2.2.2 Keputusan Pembelian .....	18
2.2.3 Manajemen Strategi .....	23
2.2.4 Analisis SWOT .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	27
2.4 Hipotesis .....	28
3. METODE PENELITIAN .....	29
3.1 Metode Dasar .....	29
3.2 Metode Pengambilan Sampel .....	29
3.2.1 Lokasi dan waktu penelitian .....	29
3.2.2 Populasi dan sampel penelitian .....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.3.1 Wawancara .....	30
3.3.2 Observasi .....	30
3.4 Pembatasan Masalah .....	31
3.5 Definisi dan Pengukuran Variabel .....	31



3.6 Metode Analisis.....	32
3.6.1 Skala Likert.....	32
3.6.2 Transformasi Data Ordinal menjadi Data Interval.....	33
3.6.3 Pengujian Validitas.....	34
3.6.4 Pengujian Reliabilitas.....	35
3.6.5 Analisis Tujuan 1.....	36
3.6.6 Analisis Tujuan 2.....	37
3.6.7 Analisis Tujuan 3.....	39
4. KEADAAN UMUM PASAR LELANG SLEMAN.....	43
4.1 Sejarah dan Perkembangan Pasar Lelang Sleman.....	43
4.2 Visi dan Misi.....	44
4.3 Struktur Organisasi.....	44
4.4 Titik Kumpul.....	45
4.5 Sistem Lelang.....	46
4.6 Peserta Lelang.....	47
5. KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	48
5.1 Karakteristik Pedagang Cabai di Pasar Lelang Sleman.....	48
5.1.1 Karakteristik Pedagang berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
5.1.2 Karakteristik Pedagang berdasarkan Umur.....	49
5.1.3 Karakteristik Pedagang berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
5.2 Karakteristik <i>Stakeholder</i> Pasar Lelang Sleman.....	50
6. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
6.1 Uji Validitas.....	52
6.2 Uji Reliabilitas.....	55
6.3 Pengujian hipotesis 1.....	56
6.3.1 Produk.....	56
6.3.2 Harga.....	62
6.3.3 Tempat.....	65
6.3.4 Promosi.....	69
6.3.5 Bauran Pemasaran.....	71
6.4 Pengujian Hipotesis 2.....	72
6.4.1 Uji Normalitas.....	72
6.4.2 Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian Konsumen.....	73
6.5 Pengujian Hipotesis 3.....	75
7. KESIMPULA DAN SARAN.....	87
7.1 Kesimpulan.....	87



7.2 Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN .....	93