

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Roti	8

2.2	Pemasaran.....	10
2.3	Target Pemasaran	17
2.4	Bauran Pemasaran	18
2.6	Sampel.....	20
2.7	Riset Pasar	21
2.8	Persepsi Konsumen	22
2.9	Keputusan Pembelian	22
2.10	Uji Validitas Isi (<i>Content Validity</i>).....	25
2.11	Uji Validitas.....	25
2.12	Uji Reliabilitas	26
2.13	Uji Linearitas	26
2.14	Uji Asumsi Klasik.....	26
2.15	Uji Regresi Linier Berganda.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Objek Penelitian	31
3.2	Jenis dan Sumber Data	31
3.3	Ruang Lingkup Kajian	32
3.4	Metode Pengambilan Data	32
3.5	Diagram Alir Penelitian.....	38
3.6	Pengolahan Data dan Analisis Data	40
3.7	Penyusunan Usulan Aktivitas Pemasaran	47

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.2 Produk	49
4.3 Pemasaran.....	50
4.4 Proses Produksi	51
4.5 Uji Validitas Isi Kuesioner	54
4.6 Karakteristik Responden	57
4.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	60
4.8 Uji Linearitas.....	65
4.9 Uji Asumsi Klasik	67
4.10 Uji Keterandalan Model (Uji F).....	69
4.11 Uji Koefisien Regresi (Uji t).....	70
4.12 Koefisien Determinasi	72
4.13 Uji Regresi Linier Berganda	74
4.14 Usulan Aktivitas Pemasaran	78
4.15 Penentuan Prioritas Aktivitas Pemasaran	86
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93