

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	8
1.5 Metode Penelitian	10
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Manajemen	11
2.1.1 Pengertian Manajemen	11
2.2 Pemasaran	12
2.2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	14
2.4 Saluran Distribusi	16
2.4.1 Bentuk-bentuk perantara	16
2.4.2 Tingkatan Saluran Pemasaran	17
2.5 Ruang Lingkup Penjualan Eceran	18
2.5.1 Pengertian Penjualan Eceran	19
2.5.2 Fungsi Penjualan Eceran	20
2.5.3 Jenis-Jenis Penjualan Eceran	21

2.5.4 Konsep Bauran Penjualan Eceran

BAB III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah dan Perkembangan Pasar

3.1.2 Visi dan Misi

3.1.3 Profil Perusahaan

3.1.4 Pengertian Pasar Tradisional

3.2 Aktifitas Usha Pasar Tradisional

3.3 Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan

3.4. Metode Laporan Tugas Akhir

BAB IV. PEMBAHASAN

56

4.1 Pelaksanaan Kinerja *Retailing Mix* Pasar Tradisional Soreang Bandung 00

4.2 Hambatan Pelaksanaan *Retailing Mix* pada Pasar Tradisional Soreang Bandung 59

4.3 Upaya dalam menghadapi hambatan pada Pelaksanaan *Retailing Mix* pada Pasar Tradisional Soreang Bandung 80

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

85

5.1 Kesimpulan 85

5.2 Saran 86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Hal
Tabel 1.1	Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern.....	3
Tabel 1.2	Jumlah Pedagang di Pasar Tradisional.....	4
Tabel 1.3	Frekuensi Kunjungan ke Pasar Tradisional Menurut Kota (%).....	5
Tabel 4.1	Karakteristik konsumen berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2	Karakteristik Konsumen berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3	Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan.....	38
Tabel 4.4	Karakteristik konsumen berdasarkan penghasilan per bulan.....	39
Tabel 4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Intensitas Kunjungan.....	40
Tabel 4.6	Tanggapan Konsumen Terhadap Kekengkapan Produk Di Pasar Tradisional.....	61
Tabel 4.7	Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Barang Yang Tersedia atau Ditawarkan Pasar Tradisional.....	62
Tabel 4.8	Tanggapan Konsumen Terhadap Kelengkapan Sarana dan Fasilitas Pasar Tradisional.....	62
Tabel 4.9	Tanggapan Konsumen Terhadap Keteraturan Penataan Kios Pedagang.....	63
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Harga Yang Ditawarkan Pasar Tradisional Terjangkau.....	64
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Pesan atau Informasi di Pasar Tradisional.....	64
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Keramahan Petugas Pasar Tradisional	65
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Petugas Pasar Cepat Tanggap Keluhan Konsumen dan Pedagang di Pasar Tradisional.....	66

Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Pasar Yang Strategis	66
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Untuk Mencapai Pasar.....	67
Tabel 4.16	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap <i>Retailing Mix</i> pada Pasar Tradisional Soreang.....	68
Tabel 4.17	Rekapitulasi Hambatan dan Solusi Tanggapan Konsumen terhadap Retailing Mix pada Pasar Tradisional Soreang.....	83



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Hal
2.1	Siklus Pembelian	21
2.2	Empat Jenis Loyalitas	34
2.3	Paradigma Penelitian	40
4.1	Uji Signifikan Koefisien Korelasi Dengan Uji Satu Pihak	84



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Survey
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel X
- Lampiran 4 : Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Y
- Lampiran 5 : Hasil Output SPSS
- Lampiran 6 : Tabel Distribusi t
- Lampiran 7 : Tabel Distribusi r
- Lampiran 8 : Kartu Bimbingan
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup

