DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

MOTTO

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah 10

1.3 Rumusan Masalah 10

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.4.1 Maksud Penelitian 10

1.4.2 Tujuan Penelitian 10

1.5 Kegunaan Penelitian 11

1.5.1 Kegunaan Praktis 11

1.5.2 Kegunaan Akademis 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 13

2.1.1 Biaya Promosi 13

2.1.1.1 Pengertian Biaya Promosi 13

2.1.1.2 Jenis – Jenis dan Indikator Promosi 14

2.1.1.2.1 *Advertising* (Periklanan) 14

2.1.1.2.2 *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) 17

2.1.1.2.3 *Publicity* (Publisitas) 19

2.1.1.2.4 *Personal Selling* (Penjualan Pribadi) 20

2.1.1.3 Tujuan Promosi 22

2.1.1.3.1 Modifikasi Tingkah Laku 22

2.1.1.3.2 Memberitahu 22

2.1.1.3.3 Meningkatkan 23

2.1.1.3.4 Membujuk 23

2.1.1.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Biaya Promosi 25

2.1.1.4.1 Besarnya Dana Yang Digunakan Untuk Promosi 25

2.1.1.4.2 Sifat Pasar 26

2.1.1.4.3 Jenis Produk 26

2.1.1.4.4 Tahap Dalam Siklus Kehidupan Barang .. 27

2.1.2 Volume Penjualan 29

2.1.2.1 Pengertian Volume Penjualan 29

2.1.2.2 Indikator Volume Penjualan 31
2.1.2.3 Faktor – Faktor Volume Penjualan 31
2.1.2.4 Jenis Dan Bentuk Penjualan 32
2.1.2.5 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan 33
2.1.2.6 Fungsi Dan Tujuan Penjualan 34
2.1.3 Laba Bersih 35
2.1.3.1 Jenis – Jenis Laba 36
2.1.3.2 Klasifikasi Laba 38
2.1.3.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Laba 39
2.1.3.4 Konsep Laba 39
2.2 Kerangka Pemikiran 40
2.2.1 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan 40
2.2.2 Pengaruh Volume Penjualan Implikasinya Terhadap Peningkatan Laba Bersih 42
2.3 Hipotesis 45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 47
3.2 Oprasionalisasi Variabel 49
3.3 Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data 52
3.4 Populasi, Sampel Dan Tempat Serta Waktu Penelitian 53
3.4.1 Populasi 53
3.4.2 Penarikan Sampel 54
3.4.3 Tempat Dan Waktu Penelitian 55

3.4.3.1 Tempat Penelitian 55
3.4.3.2 Waktu Penelitian 56
3.5 Metode Pengumpulan Data 57
3.5.1 Metode Analisis 57
3.6 Metode Pengujian Data 61
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 64
4.1.1 Biaya Promosi pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2005-2014 64
4.1.2 Volume Penjualan pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2005-2014 73
4.1.3 Laba Bersih pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2005-2014 82
4.2 Analisis Verifikatif 92
4.2.1 Persamaan Analisis Jalur Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan 92
4.2.2 Persamaan Analisis Jalur Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih 93
4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi 94
4.2.3.1 Koefisien Determinasi Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan 95
4.2.3.2 Koefisien Determinasi Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih 95

4.2.4 Pengujian Hipotesis 96

4.3 Pembahasan..... 99

4.3.1 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan..... 99

4.3.2 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Peningkatan Laba Bersih..... 100

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 102

5.2 Saran 102

5.2.1 Saran Operasional 103

5.2.2 Saran Akademik..... 103

Daftar Pustaka..... 105

Lampiran 108