DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PENYATAAN ii

LEMBAR PUBLIKASI iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah 6

1.3 Rumusan Masalah 7

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian 7

1.4.1 Maksud Penelitian 7

1.4.2 Tujuan Penelitian 7

1.5 Kegunaan Penelitian 8

1.5.1. Kegunaan Praktis 8

1.5.2. Kegunaan Akademis 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 9

2.1.1 Promosi 9

2.1.2 Distribusi 10

2.1.3 Penjualan 10

2.1.4 Biaya Promosi 11

2.1.4.1 Konsep Biaya Promosi 12

2.1.4.2 Indikator Biaya Promosi 12

2.1.5 Biaya Distribusi 13

2.1.5.1 Konsep Biaya Distribusi 14

2.1.5.2 Indikator Biaya Distribusi 14

2.1.6 Penjualan 14

2.1.6.1 Konsep Penjualan 15

2.1.6.2 Indikator Penjualan 16

2.2 Kerangka Pemikiran 17

2.2.1 Pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan 18

2.2.2 Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Penjualan 19

2.3 Hipotesis 21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 22

3.2 Operasional Variabel 23

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data 26

3.3.1 Sumber Data 26

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data 27

3.4 Populasi, Sampel, dan Tempat serta Waktu Penelitian 28

3.4.1 Populasi 28

3.4.2 Penarikan Sampel 29

3.4.3 Tempat dan Waktu Penelitian 31

3.5 Metode Pengujian Data 32

3.5.1 Uji Normalitas Data Residual 32

3.5.2 Uji Multikolinearitas 34

3.5.3 Uji Heteroskedastisitas 34

3.5.4 Uji Autokorelasi 34

3.6 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 36

3.6.1 Rancangan Analisis 36

3.6.2 Pengujian Hipotesis 42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 47

4.1.1 Analisis Deskriptif..... 47

4.1.1.1 Analisis Biaya Promosi 47

4.1.1.2 Analisis Biaya Distribusi 52

4.1.1.3 Analisis Penjualan 57

4.1.2 Analisis Verifikatif 61

4.1.2.1 Analisis Koefisien Korelasi 69

4.1.2.2 Analisis Koefisien Determinasi 71

4.1.3 Pengujian Hipotesis 73

4.2 Pembahasan 78

4.2.1 Pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan 78

4.2.2 Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Penjualan 79

4.2.3 Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan 80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 81

5.2 Saran 82

5.2.1 Saran Operasional 82

5.2.2 Saran Akademik 83

DAFTAR PUSTAKA 84

LAMPIRAN-LAMPIRAN 88