

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>PERSEMBAHAN</b>	
<b>MOTTO</b>	
<b>SANWACANA</b>	
<b>DAFTAR ISI</b>	
<b>DAFTAR TABEL</b>	
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	

	Halaman
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	10
D. Perumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Kegunaan Penelitian .....	12
G. Ruang Lingkup Penelitian .....	12
H. Ruang Lingkup Ilmu .....	13
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS</b>	
A. Tinjauan Pustaka .....	14
1. Arti dan Pentingnya Pemasaran .....	14
2. Penjualan .....	15
2.1 Jenis dan Bentuk Penjualan.....	16
2.2 Tujuan Penjualan .....	18
3. Volume Penjualan .....	18
4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ) .....	19
4.1 Kebijakan Produk .....	20
4.2 Kebijakan Harga .....	20

4.3 pengertian Biaya.....	21
4.4 Promosi .....	22
4.4.1 Bauran Promosi .....	27
4.4.2 Biaya Promosi .....	27
4.4.3 Peranan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan ..	29
4.5 Kebijakan Distribusi .....	31
4.5.1 Biaya Distribusi .....	32
B. Penelitian Yang Relevan .....	34
C. Kerangka Pikir .....	35
D. Hipotesis .....	37

### III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian .....	38
B. Populasi dan Sampel .....	39
1. Populasi .....	39
2. Sampel .....	39
C. Variabel Penelitian .....	40
1. Variabel Bebas .....	40
2. Variabel Terikat .....	40
D. Definisi Operasional Variabel .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
F. Uji Analisis Data .....	43
1. Uji Normalitas .....	43
2. Uji Homogenitas .....	44
G. Uji Persyaratan Regresi Linear Ganda .....	45
1. Uji Kolinieran garis regresi .....	45
2. Uji Multikolinearitas .....	46
3. Uji Autokorelasi .....	47
4. Heteroskedastisitas .....	47
H. Pengujian Hipotesis .....	49
1. Hipotesis Pertama .....	49
2. Hipotesis Kedua .....	51
3. Hipotesis Ketiga .....	52
I. Uji Keberartian .....	53
J. Sumbangan Tiap Variabel Independen .....	54
1. Sumbangan relatif .....	54
2. Sumbangan efektif .....	54

### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	55
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	55
2. Struktur Organisasi .....	57
B. Deskripsi data .....	60
1. Data Biaya Promosi .....	60
2. Data Biaya Distribusi .....	63
C. Uji Persyaratan Statistik Parametrik .....	65
1. Uji Normalitas Data .....	65

2. Uji Homogenitas .....	66
D. Uji Asumsi Klasik Untuk Regresi Ganda .....	67
1. Uji Linearitas Garis regresi .....	67
2. Uji multikolinearitas .....	69
3. Uji autokorelasi .....	70
4. Uji Heterokedastisitas .....	71
E. Analisis Data .....	73
1. Regresi Linier Sederhana .....	73
1.1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Tunai Sepeda Motor Yamaha Mio Tipe CW pada PT. Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2010 .....	73
1.2. Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan Tunai Sepeda Motor Yamaha Mio Tipe CW pada PT. Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2010 .....	74
2. Regresi Linier Multiple .....	76
F. Uji Keberartian .....	79
G. Sumbangan <del>Tiap</del> Variabel.....	80
H. Pembahasan .....	84
1. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Tunai Sepeda Motor Yamaha Mio Tipe CW pada PT. Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2010 .....	84
2. Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan Tunai Sepeda Motor Yamaha Mio Tipe CW pada PT. Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2010 .....	86
3. Pengaruh Biaya Promosi (X1) dan Biaya Distribusi (X2) Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Tunai Sepeda Motor Yamaha Mio Tipe CW (Y) pada PT. Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2010 .....	88

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan .....	93
2. Saran .....	94

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Tabel Target dan Realisasi Penjualan Tunai Sepeda Motor Yamaha Mio Tipe CW pada PT Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2008-2010.....	3
2. Tabel Perkembangan Biaya Promosi PT Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2008-2010.....	6
3. Tabel Biaya Distribusi pada PT Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2008-2010.....	9
4. Tabel Penelitian Yang Relevan .....	34
5. Tabel Indikator dan Pengukuran Variabel.....	42
6. Tabel Analisis Varias (ANAVA) untuk Uji Kelinieran Regresi.....	46
7. Tabel Tugas Masing-Masing Bagian dalam Struktur Organisasi Perusahaan.....	59
8. Hasil Uji Normalitas .....	66
9. Hasil Uji Homogenitas .....	68
10. Hasil Uji Linearitas Regresi Variabel $X_1$ .....	69
11. Hasil Uji Linearitas Regresi Variabel $X_2$ .....	69
12. Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
13. Hasil Uji Autokorelasi .....	71
14. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	73
15. Ringkasan Hasil Analisis Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Rank Spearman Berdasarkan Koefisien Alpa.....	73
16. Koefisien Regresi biaya promosi Terhadap volume penjualan .....	74
17. Koefisien Regresi biaya distribusi Terhadap volume penjualan.....	76
18. Anova Untuk Uji Hipotesis Pengaruh biaya promosi Dan biaya distribusi Terhadap volume penjualan .....	78
19. Korelasi Regresi biaya promosi Dan biaya distribusi Terhadap volume penjualan .....	78

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Paradigma Penelitian Pengaruh Biaya Promosi ( $X_1$ ) Dan biaya distribusi ( $X_2$ ) Terhadap Volume penjualan (Y) .....	36

2. GambarPerkembangan Volume penjualan tunai Yamaha Mio dan Biaya Promosi pada PT Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2008- 2010..... 63
3. Gambar Perkembangan Volume penjualan tunai Yamaha Mio dan Biaya Distribusi pada PT Lautan Teduh Pringsewu Tahun 2008- 2010..... 65