

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAKSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Strategi Pemasaran	7
2.1.1 Strategi Bersaing	8
2.1.2 Konsep Persaingan Pasar	11
2.2 Pengertian Pemasaran	12
2.3 Marketing Mix	13
2.3.1 Harga	14

2.3.2	Promosi	16
2.4	Volume Penjualan	18
2.4.1	Pengertian Volume Penjualan.....	18
2.4.2	Usaha-Usaha Untuk Mengatasi Penurunan Volume Penjualan	18
2.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan	21
2.5	Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Lokasi Penelitian	24
3.3	Populasi dan Sampel	24
3.4	Metode Pengumpulan Data	25
3.5	Definisi Operasional	25
3.6	Metode Analisis Data	26
BAB IV GAMBARAN UMUM		
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan	32
4.2	Lokasi Perusahaan	32
4.3	Manajemen Organisasi	33
4.3.1	Manajemen.....	34
4.3.2	Organisasi.....	35
4.3.3	Struktur Organisasi	35
4.4	Personalia dan Sistem Pengupahan	41
4.4.1	Klasifikasi dan Sistem Pengupahan	41

4.4.2	Hari Kerja dan Jam Kerja	42
4.4.3	Sistem Pengupahan	43
4.5	Produksi	43
4.5.1	Bahan-Bahan Produksi	44
4.5.2	Peralatan Produksi	45
4.5.3	Proses Produksi	46
4.5.4	Hasil Produksi	49
4.6	Kegiatan Pemasaran	50
4.6.1	Daerah Pemasaran	50
4.6.2	Saluran Distribusi	51
BAB V ANALISIS DATA		
5.1	Analisis Kualitatif	52
5.1.1	Variabel Harga (X_1)	52
5.1.2	Variabel Promosi (X_2)	54
5.1.3	Variabel Volume Penjualan (Y)	56
5.2	Analisis Kuantitatif	58
5.2.1	Analisa Korelasi Sederhana	58
5.2.2	Analisis Korelasi Berganda.....	59
5.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	59
5.2.4	Analisis Koefisien Determinasi	61
5.3	Analisis Uji Regresi.....	62
5.3.1	Uji t Untuk Regresi Parsial	62
5.3.2	Uji F	64

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	66
6.2 Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jenis dan Jumlah Peralatan PT. Fixo Furniture– Ungaran	46
Tabel 4.2 Data Jenis Produk Yang Dihasilkan Perusahaan PT. Fixo Furniture	49
Tabel 5.1 Rata-rata Harga Jual Tahun 1996 – 2000 PT. Fixo Furniture	53
Tabel 5.2 Perkembangan Biaya Promosi Tahun 1996 – 2000 PT. Fixo Furniture Ungaran.....	55
Tabel 5.3 Volume Penjualan Tahun 1996 – 2000 PT. Fixo Furniture Ungaran	57
Tabel 5.4 Perhitungan Regresi Linier Berganda antara Harga (X_1) dan Biaya Promosi (X_2) terhadap Volume Penjualan (Y).....	60



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Uji t	30
Gambar 3.2 Uji F	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Fixo Furniture	36
Gambar 4.2 Bagian Proses Produksi Perusahaan PT. Fixo Furniture	48
Gambar 5.1 Daerah Penerimaan Untuk X_1	63
Gambar 5.2 Daerah Penerimaan Untuk X_2	64
Gambar 5.3 Signifikasi Uji F Antara Harga dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan	65

