

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Kegunaan Penelitian	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Pemasaran	7
2.2. Bauran Pemasaran.....	10
2.3. Periklanan.....	13
2.4. Personal Selling	18
2.5. Publisitas	21
2.6. Promosi Penjualan	22
2.7. Konsep Volume Penjualan.....	24
2.8. Hipotesis	27
2.9. Kerangka Pemikiran	27

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	29
3.2. Lokasi Penelitian.....	29
3.3. Populasi dan Sampel	29
3.4. Jenis Data	30
3.5. Metode Pengumpulan Data	31
3.6. Definisi Operasional Variabel yang Digunakan.....	31
3.7. Alat Analisa Data	32

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	37
4.2. Tujuan Penelitian	38
4.3. Struktur Organisasi Perusahaan	38
4.4. Proses Produksi	44
4.5. Pemasaran Produk	46
4.6. Jumlah Tenaga Kerja.....	48

BAB V : PEMBAHASAN

5.1. Biaya Periklanan	50
5.2. Biaya Personal Selling	51
5.3. Volume Penjualan	52
5.4. Analisa Regresi Berganda Antara Biaya Periklanan (X1) dan Biaya Personal Selling (X2) dengan Volume Penjualan (Y).....	53

BAB VI : PENUTUP

6.1. Kesimpulan.....	58
6.2. Saran-saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Biaya Periklanan	50
2. Biaya Personal Selling	51
3. Volume Penjualan	52
4. Ikhtisar Perhitungan Regresi Berganda	53



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Pengaruh Periklanan dan Personal Selling terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Sarung Tenun “Setia Bakti” Pemalang	28
2. Struktur Organisasi Perusahaan Sarung Tenun “Setia Bakti” Pemalang	42
3. Skema Saluran Distribusi Perusahaan Sarung Tenun “Setia Bakti” Pemalang	47

