

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	4
2.1. Strategi Pemasaran.....	4
2.2. Promosi.....	7
2.3. Tujuan Promosi.....	8
2.4. Kegiatan dan Kebijakan Promosi.....	10
2.5. Efektivitas Promosi.....	11
2.6. Variabel Promotional Mix.....	15
2.7. Faktor Yang Mempengaruhi Promotional Mix.....	18

2.8. Pengertian Volume Penjualan.....	19
2.9. Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Jenis Penelitian.....	23
3.2. Lokasi Penelitian.....	23
3.3. Populasi dan Sampel.....	23
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5. Metode Analisis Data.....	24
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	26
4.1. Sejarah Singkat PT. Sampangan Dupantex.....	26
4.2. Lokasi Perusahaan.....	27
4.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	27
4.3.1. Struktur Organisasi.....	27
4.3.2. Uraian Tugas.....	30
4.4. Kegiatan Usaha PT. Sampangan Dupantex.....	34
4.5. Pemasaran.....	35
4.5.1. Riset Pemasaran.....	35
4.5.2. Kegiatan Promosi.....	36
4.5.3. Daerah Pemasaran.....	38
BAB V ANALISIS DATA.....	39
5.1. Deskripsi Variabel.....	39
5.1.1. Biaya Promosi Penjualan.....	39

5.1.2. Biaya Iklan.....	41
5.1.3. Biaya Personal Selling	42
5.1.4. Volume Penjualan.....	43
5.2. Analisis Penentuan Strategi Promosi Yang Paling Efisien	44
5.3. Pengujian Hipotesis (t test).....	47
5.3.1. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan...	47
5.3.2. Pengaruh Iklan Terhadap Volume Penjualan.....	49
5.3.3. Pengaruh Personal Selling Terhadap Volume Penjualan	50
5.4. Test Hipotesis (F-test).....	51
5.5. Efektivitas Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan.....	52
BAB VI PENUTUP	56
6.1. Kesimpulan	56
6.2. Saran-saran	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

