

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Konsep Biaya	8
2.1.1.1 Pengertian Biaya	8

2.1.1.2 Penggolongan Biaya	10
2.1.2 Konsep Promosi	17
2.1.2.1 Pengertian Promosi	17
2.1.2.2 Tujuan Kegiatan Promosi	17
2.1.2.3 Jenis-Jenis Promosi	20
2.1.2.4 Pengertian Biaya Promosi	25
2.1.2.5 Jenis-Jenis Biaya Promosi	26
2.1.3 Konsep Penjualan	27
2.1.3.1 Pengertian Penjualan	27
2.1.3.2 pengertian Volume Penjualan	28
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Objek dan Metode Penelitian	37
3.1.1 Objek Penelitian	37
3.1.2 Metode Penelitian.....	37
3.2 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	38
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Sumber Data	40
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	41

3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	41
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.6 Pengujian Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Unit Analisis	48
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Perkembangan Biaya Promosi pada <i>Showroom</i> Sanjaya dan WG Motor	48
4.2.2 Perkembangan Volume Penjualan pada <i>Showroom</i> Sanjaya Motor dan WG Motor	51
4.2.3 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan <i>Showroom</i> Sanjaya Motor dan WG Motor	55
4.2.3.1 Pengujian Asumsi Regresi	55
4.2.3.2 Hasil Analisis Regresi	58
4.2.3.3 Hasil Pengujian Hipotesis	59
4.2.3.4 Koefisien Determinasi	61
4.3 Pembahasan	62
4.3.1 Perkembangan Biaya Promosi Pada <i>Showroom</i> Motor dan WG Motor	62

4.3.2 Perkembangan Volume Penjualan Pada <i>Showroom</i>	
Sanjaya Motor dan WG.....	64
4.3.3 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan	
<i>Showroom</i> Sanjaya Motor dan WG Motor	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Biaya Promosi dan Volume Penjualan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel Biaya Promosi dan Volume Penjualan	39
Tabel 4.1 Perkembangan Biaya Promosi Sepeda Motor Pada <i>Showroom</i> Sanjaya Motor	49
Tabel 4.2 Perkembangan Biaya Promosi Sepeda Motor Pada <i>Sowroom</i> WG Motor	50
Tabel 4.3 Perkembangan Volume Penjualan Sepeda Motor Pada <i>Showroom</i> Sanjaya Motor	52
Tabel 4.4 Perkembangan Volume Penjualan Sepeda Motor Pada <i>Showroom</i> WG Motor	53
Tabel 4.5 Perkembangan Biaya Promosi dan Volume Penjualan Pada <i>Showroom</i> Sanjaya Motor dan WG Motor	55
Tabel 4.6 Uji Normalitas Data X dan Y	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Koefisien Regresi X Terhadap Y	58
Tabel 4.9 Model Summary	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Grafik PPPlot Dari Hasil Pengujian Normalitas	58
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan Dan Penolakan Uji Parsial Terhadap Y	60



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Perkembangan Biaya Promosi Sepeda Motor Pada <i>Showroom</i>	
Sanjaya Motor.....	49
Grafik 4.2 Perkembangan Biaya Promosi Sepeda Motor Pada <i>Showroom</i>	
WG Motor	51
Grafik 4.3 Perkembangan Volume Penjualan Sepeda Motor Pada <i>Showroom</i>	
Sanjaya Motor	52
Grafik 4.4 Perkembangan Volume Penjualan Sepeda Motor Pada <i>Showroom</i>	
WG Motor	54

DAFTAR LAMPIRAN

1. Output Hasil Spss 20
2. Kartu Perkembangan Penyusunan Skripsi
3. Surat Keterangan Penelitian

