

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	
PERNYATAAN	
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian	8
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
1.5.1 Lokasi Penelitian	9
1.5.2 Waktu Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Biaya Promosi.....	11
2.1.1.1 Pengertian Biaya	11
2.1.1.2 Pengertian Promosi	16

2.1.1.3	Pengertian Biaya Promosi	20
2.1.1.4	Jenis-jenis Biaya Promosi	21
2.1.2	Volume Penjualan	22
2.1.2.1	Pengertian Penjualan	22
2.1.2.2	Jenis Dan Bentuk Penjualan	23
2.1.2.3	Fungsi Dan Tujuan Penjualan	25
2.1.2.4	Pengertian Volume Penjualan	26
2.1.3	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Tahun 2007-2016	27
2.2	Kerangka Pemikiran	28
2.3	Hipotesis	31
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	32
3.1.1	Sejarah Singkat Subur Elektronik Majalengka	32
3.1.2	Visi dan Misi Subur Elektronik Majalengka.....	33
3.1.2.1	Visi Subur Elektronik Majalengka.....	33
3.1.2.2	Misi Subur Elektronik Majalengka	33
3.1.3	Struktur Organisasi	33
3.1.4	Kegiatan Operasi Subur Elektronik Majalengka	34
3.2	Metode Penelitian	35
3.2.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	35
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.2.2.1	Jenis Data	37
3.2.2.2	Sumber Data.....	38

3.2.2.3	Prosedur Pengumpulan Data	38
3.3	Model Penelitian.....	39
3.4	Teknik Analisis Data	40
3.4.1	Uji Regresi Sederhana.....	40
3.4.2	Analisis Koefisien Determinasi dan Non-Determinasi ..	41
3.4.3	Uji Hipotesis	41

BAB IV OBJEK DAN METODE PENELITIAN

4.1	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1	Biaya Promosi dan Volume Penjualan pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Tahun 2006-2017	43
4.1.1.1	Biaya Promosi pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Tahun 2006-2017.....	43
4.1.1.2	Volume Penjualan pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Tahun 2006-2017.....	46
4.2	Pembahasan	48
4.2.1	Biaya Promosi dan Volume Penjualan pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Tahun 2006-2017	48
4.2.1.1	Biaya Promosi pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka	48
4.2.1.2	Volume Penjualan pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka	54
4.2.2	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka.....	58
4.2.2.1	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Secara Parsial Tahun 2006 – 2017.....	58

4.2.2.2 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Secara Simultan Tahun 2006 – 2017	59
---	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	63
-------------------	----

5.2 Saran	64
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN