

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	8
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	8
1.5.1 Lokasi Penelitian	8
1.5.2 Jadwal Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Pengertian UMKM.....	10
2.1.2 Penjualan.....	14
2.1.3 Produk Makanan Ringan.....	20
2.1.4 Volume Penjualan.....	31
2.1.5 Modal Kerja.....	33
2.1.6 Harga Produk.....	41
2.1.7 Biaya Promosi.....	45
2.2 Penelitian Terdahulu	50

2.3 Kerangka Pemikiran.....	54
2.4 Hipotesis.....	56
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	57
3.2 Metode Penelitian	57
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	58
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	59
3.2.3 Jenis Data.....	59
3.2.4 Populasi dan Sampel.....	59
3.2.4.1 Populasi.....	59
3.2.4.2 Sampel.....	60
3.2.5 Prosedur Penelitian.....	61
3.3 Model Penelitian	62
3.4 Teknik Analisis Data.....	63
3.4.1 Metode Analisis Data	63
3.4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	63
3.4.3 Uji Hipotesis.....	66
3.4.3.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	66
3.4.3.2 Uji Signifikan Parameter Individual t	66
3.4.3.3 Uji Signifikan Bersama-Sama F	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Keadaan Variabel.....	68
4.1.1 Modal Kerja.....	70
4.1.2 Harga Produk.....	71
4.1.3 Biaya Promosi.....	72
4.1.4 Volume Penjualan.....	73
4.2 Analisis Data Hasil Penelitian.....	74
4.2.1 Pengujian Asumsi Klasik.....	75
4.2.1.1 Uji Normalitas.....	75
4.2.1.2 Uji Multikolinieritas.....	76
4.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	77

4.3 Pengujian Hipotesis.....	78
4.3.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.3.2 Uji Signifikan Parameter (uji t).....	79
4.3.3 Uji Signifikan Bersama-Sama F.....	80
4.4 Pembahasan.....	80
4.4.1 Pengaruh Parsial Modal Kerja Terhadap Volume Penjualan Produk UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Cilacap.....	80
4.4.2 Pengaruh Parsial Harga Produk Terhadap Volume Penjualan Produk UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Cilacap.....	81
4.4.3 Pengaruh Parsial Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Produk Makanan Ringan di Kabupaten Cilacap.....	82
4.4. Pengaruh Modal Kerja, Harga Produk, Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Produk UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Cilacap.....	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	