

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	
PERNYATAAN	
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	15
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	16
1.5.1 Lokasi Penelitian	16
1.5.2 Waktu Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka	17
2.1.1 Biaya Produksi	17
2.1.1.1 Pengertian Biaya	17

2.1.1.2	Pengertian Biaya Produksi	22
2.1.1.3	Pengelompokan Biaya Produksi	23
2.1.1.4	Proses Produksi	26
2.1.1.5	Metode Penentuan Biaya Produksi	26
2.1.2	Biaya Promosi	27
2.1.2.1	Pengertian Biaya Promosi	27
2.1.2.2	Tujuan Promosi	28
2.1.2.3	Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi.....	30
2.1.2.4	Pengelompokan Biaya Promosi	30
2.1.3	Volume Penjualan	32
2.1.3.1	Pengertian Penjualan	32
2.1.3.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	33
2.1.3.3	Pengertian Volume Penjualan	35
2.2	Kerangka Pemikiran	36
2.3	Hipotesis	39
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	40
3.1.1	Sejarah Singkat CV. Gabuci Barokah Utama Tasikmalaya	40
3.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	41
3.1.3	Struktur Organisasi	41
3.2	Metode Penelitian.....	43
3.2.1	Oprasional Variabel	44
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	46
3.2.3	Jenis Data	47
3.3	Paradigma Penelitian.....	47
3.4	Teknik Analisis Data	48
3.4.1	Uji Asumsi Klasik	49
3.4.1.1	Uji Normalitas Data.....	49
3.4.1.2	Uji Multikolonieritas	50

3.4.1.3 Uji Autokorelasi	50
3.4.1.4 Uji Heteroskedastisitas	51
3.4.2 Uji Regresi Linear Berganda	52
3.4.3 Koefisien Korelasi	52
3.4.4 Koefisien Determinasi	53
3.4.5 Uji Hipotesis	53
3.4.5.1 Penetapan Hipotesis Operasional	54
3.4.5.2 Penetapan Tingkat Signifikasi	55
3.4.5.3 Uji Signifikasi	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Biaya Produksi CV. Gabucci Barokah Utama Periode 2011-2020	57
4.1.2 Biaya promosi pada CV. Gabucci Barokah Utama periode 2011-2020	58
4.1.3 Volume Penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama periode 2011-2020	59
4.2 Pembahasan	61
4.2.1 Perkembangan Biaya Produksi Pada CV. Gabucci Barokah utama periode 2011-2020	61
4.2.2 Perkembangan Biaya Promosi CV Gabucci Barokah Utama periode 2011-2020	63
4.2.3 Perkembangan Volume Penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama periode 2011-2020	66
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	68
4.2.4.1 Uji Normalitas	69
4.2.4.2 Uji Multikolinieritas	69
4.2.4.3 Uji Autokorelasi	69
4.2.4.4 Uji Heteroskedastisitas	70
4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda	
4.2.6 Koefisien Korelasi	71

4.2.7	Koefesien Determinasi	72
4.2.8	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Secara Parsial dan Simultan Terhadap Volume Penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama periode 2011-2020	72
4.2.7.1	Pengaruh Biaya Produksi Secara Parsial Terhadap Volume Penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama periode 2011-2020.....	72
4.2.7.2	Pengaruh Biaya Promosi Secara Parsial Terhadap Volume Penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama periode 2011-2020.....	74
4.2.7.3	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Secara Simultan Terhadap Volume Penjualan pada CV. Gabucci Barokah Utama periode 2011-2020	76
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	80
5.2	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		87