

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Perusahaan .....	1
1.1.1    Profil Umum Perusahaan .....	1
1.1.2    Visi dan Misi Perusahaan .....	2
1.1.3    Struktur Organisasi CV Angkasa Group .....	3
1.1.4    Penjelasan Struktur Organisasi dan Penugasan Kerja di Bidang Pemasaran .....	4
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	6
1.3    Perumusan Masalah .....	17
1.4    Tujuan Penelitian .....	18
1.5    Manfaat Penelitian .....	18
1.6    Sistematika Penelitian .....	18
BAB II .....	20
TINJAUAN PUSTAKA .....	20
2.1.    Landasan Teori.....	20
2.1.1    Konsep Dasar Pemasaran .....	20
2.1.2    Pemasaran .....	23
2.1.3    Bauran Pemasaran .....	24
2.1.4    Promosi .....	25
2.1.5    Promotion Mix (Bauran Promosi) .....	26
2.1.6    Penjualan.....	28
2.2    Penelitian Terdahulu .....	33
2.3    Kerangka Pemikiran.....	46

2.4	Hipotesis Penelitian.....	48
2.5	Batasan Penelitian .....	48
BAB III.....		49
METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Jenis Penelitian.....	49
3.2	Variabel Operasional.....	50
3.2.1	Variabel Operasional.....	50
3.2.2	Skala Pengukuran.....	52
3.3	Tahapan Penelitian.....	53
3.4	Populasi Dan Sampel .....	55
3.4.1	Populasi.....	55
3.4.2	Sampel .....	55
3.5	Pengumpulan Data .....	56
3.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	57
3.6.1	Uji Validitas .....	57
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	58
3.6.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59
3.7	Teknik Analisis Data.....	60
3.7.1	Kriteria Interpretasi Nilai .....	60
3.7.2	Method Successive Interval.....	62
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	63
1.	Uji Normalitas.....	63
2.	Uji Multikolineritas .....	64
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	64
3.7.4	Uji Pearson Product Moment .....	65
3.7.5	Koefisien Determinasi.....	66
3.7.6	Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
3.7.7	Pengujian Hipotesis.....	67
BAB IV.....		69
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		69
4.1	Identitas Responden .....	69
4.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.1.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	71
4.1.4	Responden Berdasarkan Lama Bekerja di Perusahaan .....	72
4.1.5	Responden Berdasarkan Bagian Pekerjaan di Perusahaan.....	73

4.2	Analisis Deskriptif .....	74
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Bauran Promosi (X).....	74
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Penjualan (Y).....	83
4.3	Pengaruh Periklanan ( $X_1$ ), Promosi Penjualan ( $X_2$ ), Publikasi ( $X_3$ ) dan Penjualan Pribadi ( $X_4$ ) Terhadap Penjualan (Y) .....	89
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	89
4.3.2	Analisis Korelasi Pearson.....	93
4.3.3	Analisis Pengaruh Parsial .....	94
4.3.4	Koefisien Determinasi.....	96
4.3.5	Menguji Keberartian Koefisien Regresi .....	96
4.3.6	Analisis Regresi Linear Berganda .....	100
4.4	Interpretasi Hasil Penelitian .....	103
4.4.1	Tingkat pengaruh variabel Periklanan ( $X_1$ ), Promosi Penjualan ( $X_2$ ), Publikasi ( $X_3$ ), Penjualan Pribadi ( $X_4$ ) terhadap Penjualan (Y) .....	103
BAB V .....		106
KESIMPULAN DAN SARAN.....		106
5.1	Kesimpulan .....	106
5.2	Saran .....	106
DAFTAR PUSTAKA .....		108
LAMPIRAN .....		110