

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Persetujuan .....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Motto .....	iv
Persembahan.....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	9
G. Penegasan Istilah.....	11
H. Sistematika Penelitian .....	12

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori Pemasaran.....	15
1. Pengertian Pemasaran.....	15
2. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	17
B. Teori Penjualan .....	28
1. Pengertian Penjualan .....	28
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	29
C. Penelitian Terdahulu .....	31
D. Kerangka Konseptual .....	34
E. Hipotesis Penelitian.....	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	37
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian .....	37
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	38
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	40
E. Analisis Data.....	42

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Data.....	48
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
2. Visi dan Misi Barokah Jaya Grosir Tulungagung.....	49
3. Struktur Organisasi Barokah Jaya Grosir Tulungagung .....	50
4. Deskripsi Responden .....	51
5. Deskripsi Variabel .....	53
B. Analisis Data.....	58
1. Uji Instrumen Penelitian .....	58
a. Uji Validitas .....	58
b. Uji Reliabilitas.....	61
2. Uji Asumsi Klasik .....	62
a. Uji Normalitas .....	62
b. Uji Multikolonieritas.....	63
c. Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser).....	64
d. Uji Autokorelasi .....	66
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4. Uji Hipotesis .....	79
a. Uji T – (Parsial).....	69
b. Uji – F (Simultan).....	73
c. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	73

### **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pengaruh <i>Product</i> terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Barokah Jaya Grosir Tulungagung.....	75
B. Pengaruh <i>Price</i> terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Barokah Jaya Grosir Tulungagung.....	77
C. Pengaruh <i>Place</i> terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Barokah Jaya Grosir Tulungagung.....	79
D. Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Barokah Jaya Grosir Tulungagung.....	80

E. Pengaruh <i>Product, Price, Place</i> , dan <i>Promotion</i> terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Barokah Jaya Grosir Tulungagung .....	81
--	----

**BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	83
B. Saran .....	83

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	85
-----------------------------	----

<b>Lampiran-Lampiran</b> .....	88
--------------------------------	----