

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	9
G. Penegasan Istilah.....	9
H. Sistematika Pembahasan.....	10

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pengaruh	13
B. Bauran Pemasaran.....	21
1. Produk (<i>Product</i>).....	22
2. Harga (<i>Price</i>).....	24
3. Tempat (<i>Place</i>).....	25
4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	26
C. Volume Penjualan.....	27
1. Kondisi dan Kemampuan Penjual	29
2. Kondisi Pasar.....	29
3. Modal	30
4. Kondisi Organisasi Perusahaan.....	30
5. Faktor Lain	31
D. Penelitian Terdahulu	31
E. Kerangka Konseptual.....	36
F. Hipotesis Penelitian.....	37

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian	39
1. Pendekatan Penelitian	39
2. Jenis Penelitian.....	40
B. Tempat Penelitian	40
C. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian.....	41
1. Populasi Penelitian	41

2. Sampling dan Sampel Penelitian.....	42
D. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	44
1. Sumber Data	44
2. Variabel.....	44
3. Skala Pengukuran.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	47
1. Teknik Pengumpulan Data	47
2. Instrument Penelitian.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	51
1. Analisis Deskriptif.....	51
2. Uji Keabsahan Data.....	51
3. Uji Asumsi Klasik	54
4. Analisis Regresi Linier Berganda	57
5. Uji Hipotesis.....	57
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
B. Deskripsi Data Penelitian.....	62
C. Deskripsi Hasil Penelitian.....	64
D. Pengujian Hipoesis.....	79
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	79
2. Uji Asumsi Klasik	86
a. Uji Normalitas	86

b. Uji Multikolinieritas	87
c. Uji Heterokedasitas	89
3. Uji Regresi Linier Berganda	90
4. Uji Hipotesis.....	92
a. Uji Secara Parsial (Uji t).....	92
b. Uji Secara Simultan (Uji F).....	95
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	95

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Produk terhadap Volume Penjualan	
Toko Beta Tulungagung.....	97
B. Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan	
Toko Beta Tulungagung.....	98
C. Pengaruh Tempat terhadap Volume Penjualan	
Toko Beta Tulungagung.....	100
D. Pengaruh Promosi terhadap Volume Penjualan	
Toko Beta Tulungagung.....	101
E. Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Promosi terhadap	
Volume Penjualan Toko Beta Tulungagung	103

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN