

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR .....	
HALAMAN SAMPUL DALAM .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN KEASLIAN TULISAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR GRAFIK .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	10
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Kegunaan Penelitian .....	12

F. Penegasan Istilah .....	13
G. Sistematika Pembahasan .....	14

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Manajemen Pemasaran .....	17
B. Bauran Promosi ( <i>Promotional Mix</i> ) .....	21
C. Biaya Periklanan .....	35
D. Biaya Promosi Penjualan .....	43
E. Biaya Produksi .....	45
F. Volume Penjualan .....	54
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	58
H. Kerangka Konseptual .....	62
I. Hipotesis Penelitian .....	64

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	66
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	67
C. Sumber Data dan Variabel Penelitian .....	68
D. Teknik Pengumpulan Data .....	69
E. Analisis Data .....	69
1. Uji Asumsi Klasik .....	70
a. Uji Normalitas Data .....	70
b. Uji Multikolinieritas .....	70
c. Uji Heteroskedastisitas .....	71
d. Uji Autokorelasi .....	72

2. Uji Regresi Berganda .....	72
3. Uji Hipotesis .....	73
a. Uji T .....	73
b. Uji F .....	74
4. Analisis Koefisien Determinasi .....	74

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Objek Penelitian .....	76
B. Deskripsi Data .....	80
C. Analisis Uji Statistik Penelitian .....	85
1. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	85
a. Hasil Uji Normalitas Data .....	85
b. Hasil Uji Multikolinieritas .....	87
c. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	88
d. Hasil Uji Autokorelasi .....	89
2. Hasil Uji Regresi Berganda .....	90
3. Hasil Uji Hipotesis .....	92
a. Hasil Uji T .....	92
b. Hasil Uji F .....	96
4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	97

#### **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Biaya Periklanan terhadap Volume Penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung .....	99
B. Pengaruh Biaya Promosi Penjualan terhadap Volume Penjualan	

Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung .....	101
C. Pengaruh Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung .....	102
D. Pengaruh Biaya Periklanan, Biaya Promosi Penjualan, dan Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung .....	104
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	106
B. Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	