

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Aspek Teoritis	9
1.5.2 Aspek Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
2.1.1 Pengertian Biaya	11
A. Penggolongan Biaya	11
B. Akuntansi Biaya.....	15
2.1.2 Promosi.....	18
A. Pengertian Promosi.....	18
B. Tujuan Promosi.....	19
C. Alat Promosi	20
D. Biaya Promosi.....	25

2.1.3 Distribusi.....	26
A. Pengertian Distribusi.....	26
B. Pengertian Biaya Distirbusi	26
C. Saluran Distribusi.....	27
D. Strategi Distribusi	28
2.1.4 Penjualan.....	30
A. Pengertian Penjualan.....	30
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	31
C. Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan ..	33
2.2 PenelitianTerdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
2.3.1 Biaya Promosi Terhadap Penjualan	42
2.3.2 Biaya Distribusi Terhadap Penjualan	43
2.4 Hipotesis Penelitian.....	45
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	46
2.5.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian.....	46
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	46
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Variabel Operasional.....	47
3.2.1 Variabel Independen	47
3.2.2 Variabel Dependen	48
3.3 Tahapan Penelitian	49
3.4 Populasi dan Sampel	52
3.4.1 Populasi.....	52
3.4.2 Sampel	53
3.5 Pengumpulan Data	54
3.6 Teknik Analisis Data	54
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	54
A. Uji Normalitas.....	55

B. Uji Multikolinearitas	55
C. Uji Heterokedastistas	56
D. Uji Autokorelasi.....	56
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda	56
3.6.3 Pengujian Hipotesis	57
A. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	57
B. Uji Koefisien Determinasi.....	58
C. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	58
D. Uji Korelasi Pearson	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Statistik Deskriptif	61
4.1.1 Biaya Promosi.....	61
4.1.2 Biaya Distribusi	63
4.1.3 Penjualan.....	66
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.2.1 Uji Normalitas	68
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	69
4.2.3 Uji Heterokedastisitas	70
4.2.4 Uji Autokorelasi.....	71
4.3 Model Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.4 Pengujian Hipotesis.....	73
4.4.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	73
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi.....	73
4.4.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	74
4.4.4 Uji Korelasi <i>Pearson</i>	76
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.5.1 Deskripsi Biaya Promosi dan Biaya Distribusi	76
4.5.2 Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Secara Simultan	78
4.5.3 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Secara Parsial	79
4.5.4 Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Penjualan Secara Parsial	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	85
5.2.1Aspek Teoritis.....	85
5.2.2Aspek Praktis	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	88