

DAFTAR ISI

HALAMAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TRIMAKASIH	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	6
1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	7
1.5.1.Hipotesis	11
1.6. Metode Penelitian	12
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Pengertian Pemasaran	13
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.1.2. Pengertian Bauran Pemasaran	15
2.2. Bauran Pemasaran	15
2.2.1. Produk	16
2.2.2. Klasifikasi Produk	17
2.3. Pengertian Dan Tujuan Promosi.....	20
2.3.1. Pengertian Promotion Mox dan Variabel-variabelnya	22
2.3.2. Promois Penjualan	23
2.3.3. Pengertian Promosi Penjualan	24
2.3.4. Tujuan Promosi Penjualan	25
2.3.5. Sifat-sifat Promosi Penjualan	25
2.3.6. Alat-alat Promosi Penjualan	26
2.4. Volume Penjualan	26
2.4.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	27
2.4.2. Hubungan Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan	30
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	31
3.1. Objek penlitian	31
3.1.1. Sejarah Singkat Distro Arena Experience.....	31
3.1.2. Struktur Organisasi Distro Arena Experience.....	32
3.2. Produk Distro Arena Experience	38
3.3. Daerah Pemasaran Distro Arena Experience.....	39
3.4. Metode Penelitian	41
3.4.1. Operasionalisasi Variabel	41
3.4.2. Sumber Data.....	43

3.4.3. Teknik Pengolahan Data.....	43
3.4.4. Analisis Koefisien KJorelasi.....	44
3.4.5. Analisis Koefisien Determinasi	45
3.5. Pengujian Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Pelaksanaan Aktivitas Promosi terhadap Volume Penjualan Distro Arena	47
4.2. Pengaruh Aktivitas Promosi terhadap Volume Penjualan Pada DIstro Arena	51
4.2.1 Analisis Koefisien Korelasi	53
4.2.2. Koefisien Determinasi	54
4.2.3. Uji Hipotesis	55
BAB V PENUTUP	58
5.1. Kesimpulan	58
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	



DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah Distro di kota Bandung	2	
1.2	Perkembangan jumlah penduduk dikota Bandung.....	3	
3.2	Daftar outlet penjualan distro Arena	39	
3.3	Operasionalisasi variabel	42	
4.1	Aktivitas Promosi yang digunakan Distro Arena Experience 2008-2012	51	
4.2	Volume Penjualan produk Distro Arena Experience 2008-2012	52	
4.3	Perhitungan Koefesien Korelasi antara Intensitas Aktivitas promosi dengan Volume Penjualan Distro Arena Experience 2008-2012.....	53	



DAFTAR GAMBAR

3.1	Struktur Organisasi Distro Arena Experienc.....	43
3.2	Hipotesis.....	47
4.1	Hipotesis	57



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Tabel data Aktivitas Promosi
- Lampiran 2 Tabel Volume Penjualan
- Lampiran 3 t tabel
- Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi

