

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Metode Penelitian.....	9
1.5.1 Metode yang Digunakan	9
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Biaya.....	12
2.1.1 Pengertian Biaya	12
2.2 Pemasaran.....	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.2.2 Biaya Pemasaran.....	14
2.2.2.1 Pengertian Biaya Pemasaran	14
2.3 Promosi.....	15
2.3.1 Pengertian Promosi.....	15
2.3.2 Tujuan Promosi.....	16
2.3.3 Sasaran Promosi.....	17
2.3.4 Elemen-Elemen Promosi	18
2.4 Biaya Promosi.....	19
2.4.1 Pengertian Biaya Promosi.....	19
2.4.2 Jenis-jenis Biaya Promosi.....	20
2.5 Ukuran Perusahaan.....	22
2.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan.....	22
2.6 Penjualan	23

2.6.1 Pengertian Penjualan	23
2.6.2 Konsep Penjualan	24
2.6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	24
2.7 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Penjualan.....	27
2.8 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tingkat Penjualan.....	28
2.9 Kerangka Pemikiran.....	29
2.9.1 Hipotesis.....	33

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Metodologi Penelitian	35
3.2.1 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.2.2 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.2.2.1 Jenis Data	36
3.2.2.2 Sumber Data.....	37
3.2.2.3 Operasionalisasi Variabel.....	37
3.3 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel	39
3.3.1 Unit Analisis.....	39
3.3.2 Populasi.....	40
3.3.3 Sampel.....	40
3.4 Analisis Statistik dan Pengujian Hipotesis	43
3.4.1 Metode Analisis Data	43
3.4.2 Statistik Deskriptif	44
3.4.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	44
3.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.4.5 Pengujian Hipotesis.....	49
3.4.5.1 Uji Parsial (Uji T).....	49
3.4.5.2 Uji Simultan (F test).....	51
3.4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
3.6 Penetapan Tingkat Signifikansi.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	54
4.1.2 Gambaran Mengenai Variabel Penelitian	55
4.1.2.1 Gambaran Mengenai Biaya Iklan & Promosi.....	55
4.1.2.2 Gambaran Umum Mengenai Ukuran Perusahaan.....	58
4.1.2.3 Gambaran Umum Mengenai Tingkat Penjualan.....	60
4.2 Analisis Data	63
4.2.1 Statistik Deskriptif	63

4.2.1.1 Biaya Iklan & Promosi.....	63
4.2.1.2 Ukuran Perusahaan.....	64
4.2.1.3 Tingkat Penjualan.....	64
4.2.2 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	65
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	65
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	66
4.2.2.3 Uji Heteroskedasitas.....	66
4.2.2.4 Uji Autokorelasi.....	67
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.2.4 Pengujian Hipotesis	70
4.2.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	70
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F).....	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Biaya Iklan&Promosi Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012.....	5
Tabel 1.2 Data Pertumbuhan Total Assets Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012.....	5-6
Tabel 1.3 Data Pertumbuhan Total Penjualan Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012.....	6
Tabel 2.1 Ukuran Perusahaan Menurut Menteri Perdagangan RI.....	23
Tabel 2.2 Hasil penelitian terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 3.2 Hasil <i>Purposive Sampling</i>	42
Tabel 3.3 Daftar Sampel	43
Tabel 3.4 Kriteria pengambilan Keputusan Uji Durbin Watson.....	48
Tabel 4.1 Daftar Perusahaan	55
Tabel 4.2 Data Perusahaan Mengenai Biaya Iklan & Promosi.....	56
Tabel 4.3 Data Perusahaan Mengenai Pertumbuhan Biaya Iklan & Promosi.....	56
Tabel 4.4 Data Perusahaan Mengenai Ukuran Perusahaan.....	58
Tabel 4.5 Data Perusahaan Mengenai Log Natural Total Asset.....	59
Tabel 4.6 Data Perusahaan Mengenai Tingkat Penjualan.....	61
Tabel 4.7 Data Perusahaan Mengenai Rasio Pertumbuhan Tingkat Penjualan.....	61
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif	63
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Biaya Iklan dan Promosi	57
Gambar 4.2 Ukuran Perusahaan	59
Gambar 4.3 Penjualan.	62
Gambar 4.4 Uji Normalitas P-P Plot	65
Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 2: Hasil Output Spss

Lampiran 3: t Table

Lampiran 4: F Table

Lampiran 5: Tabel Durbin Watson

