

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1. Penjualan	8
2.1.1.1 Pengertian Penjualan.....	8
2.1.1.2 Tujuan Penjualan.....	8
2.1.1.3 Jenis- Jenis Penjualan.....	9
2.1.1.4 Proses Penjualan.....	10
2.1.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	11
2.1.2 Distribusi	13
2.1.2.1 Pengertian Distribusi.....	13
2.1.2.2 Saluran Distribusi.....	14
2.1.2.3 Strategi Distribusi	18
2.1.2.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi	19
2.1.3 Segmenting, Targeting Dan Positioning	24
2.1.3.1 Segmenting.....	24
2.1.3.2 Targeting	25

2.1.3.3 Positioning	26
2.1.3 Biaya	28
2.1.3.1 Pengertian Biaya	28
2.1.3.2 Klasifikasi Biaya	28
2.1.3.3 Biaya Distribusi.....	30
2.1.4 Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Penjualan.....	32
2.2 Kajian Empirik Beberapa Penelitian	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Operasional Variabel.....	36
3.4 Penyusunan Instrumen Penelitian	38
3.5 Teknik Dan Alat Pengumpul Data	39
3.6 Sumber Dan Jenis Data	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1 Rancangan Koefisien Korelasi	40
3.7.2 Rancangan Analisis Determinasi	42
3.7.3 Rancangan Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	42
3.7.4 Rancangan Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	43
3.7.5 Rancangan Analisis Regresi Berganda	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Gambaran Umum Sejarah CV. Agung.....	46
4.1.2 Deskripsi Data Variabel Penelitian	49
4.1.2.1 Sebaran Wilayah Distribusi	49
4.1.2.2 Penjualan	52
4.1.2.3 Biaya Distribusi.....	54

4.1.3 Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	55
4.1.3.1 Analisis Koefisien Korelasi.....	55
4.1.3.2 Analisis Determinasi	57
4.1.3.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	58
4.1.3.4 Pengujian Hipotesis Secara simultan (Uji F)	59
4.1.3.5 Analisis Regresi Berganda	60
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.2.1 Pengaruh Biaya Langsung Penjualan Terhadap Penjualan.....	61
4.2.2 Pengaruh Biaya Transportasi Terhadap Penjualan	62
4.2.3 Pengaruh Biaya Pergudangan Terhadap Penjualan.....	63
4.2.4 Pengaruh Biaya Distribusi Yang Meliputi Biaya Langsung Penjualan, Biaya Transportasi Dan Biaya Pergudangan Terhadap Penjualan	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Sari Roti Di Wilayah Pemasaran Kabupaten Subang Periode Juli 2012 – Juni 2014.....	2
Tabel 1.2 Data Biaya Distribusi Produk Sari Roti Di Wilayah Pemasaran Kabupaten Subang Periode Juli 2012 – Juni 2014.....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	39
Tabel 3.3 Klasifikasi Korelasi Koefisien	41
Tabel 4.1 Tabel Alamat Distributor CV. Agung.....	47
Tabel 4.2 Jenis-Jenis Produk Sari Roti	48
Tabel 4.3 Data Penjualan Per Kecamatan Dari Juli 2012 – Juni 2014	49
Tabel 4.4 Data Penjualan Produk Sariroti Di Wilayah Pemasaran Kabupaten Subang Periode Juli 2012 – Juni 2014.....	53
Tabel 4.5 Data Biaya Distribusi Produk Sari Roti Di Wilayah Pemasaran Kabupaten subang Periode Juli 2012 – Juni 2014	54
Tabel 4.6 Correlations.....	56
Tabel 4.7 Model Summary.....	57
Tabel 4.8 Coefficients	58
Tabel 4.9 ANOVA	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Dan Biaya Distribusi Produk Sari Roti Di Wilayah Pemasaran Kabupaten Subang Periode Juli 2012 – Juni 2014	3
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Dan Biaya Distribusi Produk Sari Roti Di Wilayah Pemasaran Kabupaten Subang Periode Juli 2012 – Juni 2014	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Peta Sebaran wilayah Distribusi.....	51