

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Aspek Teoritis	7
1.5.2 Aspek Praktis	7
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Marketing Mix 4p	9
2.1.3 Produk	11
2.1.4 Atribut Produk.....	12
2.1.5 Harga	13
2.1.6 Tempat	14
2.1.7 Biaya Promosi	16
2.1.8 Volume Penjualan	17
2.1.9 Jenis Kayu	18
2.1.10 Sortimen Kayu	20

2.1.11 Mutu Kayu	20
2.1.12 Tebangan.....	21
2.1.13 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
2.3 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Operasional Variabel.....	40
3.3 Tahapan Penelitian.....	43
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel.....	45
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.6 Regresi Linear	47
3.7.1 Analisis Deskriptif	47
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	47
3.7.2 Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Analisis Deskriptif	51
4.2 Regresi Linear Berganda.....	53
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	53
4.2.1.1 Uji Normalitas	53
4.2.1.2 Uji Heteroskedastisita.....	54
4.2.1.3 Uji Multikolinieritas	55
4.2.2 Pengaruh Jenis,Sortimen,Mutu,Tebangan,Harga,Tempat,Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Kayu	56
4.2.2.1 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	56
4.2.2.2 Analisis Korelasi Pearson Product Moment.....	60
4.2.2.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	61
4.2.2.4 Pengujian Hipotesis.....	62
4.2.2.4.1 Uji Simultan (Uji F)	62

4.2.2.4.2 Uji Parsial (Uji t).....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74