

## DAFTAR ISI

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Manajemen .....	8
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	8

2.1.1.2. Definisi Manajemen .....	8
2.1.1.3 Fungsi Manajemen.....	9
2.1.1.4 Tujuan Manajemen .....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2.2 Konsep Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.4 Saluran Pemasaran ( <i>Place Mix</i> ).....	17
2.1.4.1 Pengertian Saluran Pemasaran ( <i>Place Mix</i> ).....	17
2.1.4.2 Fungsi Saluran Pemasaran .....	19
2.1.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Saluran Pemasaran .....	20
2.1.4.4 Tingkatan Saluran Pemasaran .....	20
2.1.5 Volume Penjualan.....	22
2.1.5.1 Pengertian Volume Penjualan .....	22
2.1.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan ...	22
2.1.5.3 Hubungan Saluran Pemasaran dengan Penjualan	23
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	25
2.2 Kerangka Pemikiran .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Metode Penelitian yang digunakan .....	32
3.2 Desain Penelitian.....	32
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	33



Prima.....	51
4.2 Pembahasan .....	58
4.2.1 Saluran Distribusi.....	58
4.2.2 Indikator Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi.....	59
4.2.1.1 Pertimbangan Pasar .....	59
4.2.1.2 Pertimbangan Produk .....	60
4.2.1.3 Pertimbangan Perantara .....	61
4.2.1.4 Pertimbangan Perusahaan .....	61
4.2.2 Indikator Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	62
4.2.2.1 Mencapai Volume Penjualan .....	63
4.2.2.2 Mendapatkan Laba.....	63
4.2.2.3 Menunjang Pertumbuhan Perusahaan.....	63
4.2.3 Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan .....	64
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	66
5.2 Saran .....	67
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	67
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Lain .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	