

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	16
PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	16
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	22
1.2.1 Identifikasi Masalah	22
1.2.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian	23
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	23
1.4.2 Manfaat Praktis	24
BAB II	25
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN.....	25
DAN HIPOTESIS	25
2.1 Kajian Pustaka	25
2.1.1 Konsep Akuntansi	25
2.1.1.1 Definisi Akuntansi	25
2.1.1.2 Spesialisasi Akuntansi.....	26
2.1.1.3 Tujuan Akuntansi.....	29
2.1.2 Akuntansi Biaya	31
2.1.2.1 Definisi dan Konsep Akuntansi Biaya	31
2.1.2.2 Peran Akuntansi Biaya	33
2.1.2.3 Penggolongan Biaya.....	33
2.1.2.4 Fungsi Akuntansi Biaya	35
2.1.3 Biaya Promosi	35
2.1.3.1 Definisi Biaya Promosi	35

2.1.3.2	Jenis-jenis Biaya Promosi.....	36
2.1.3.3	Tujuan Promosi.....	37
2.1.3.5	Indikator Biaya Promosi.....	38
2.1.4	Biaya Distribusi	38
2.1.4.1	Definisi Biaya Distribusi	38
2.1.4.2	Saluran Distribusi.....	39
2.1.4.3	Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi	41
2.1.4.4	Indikator Biaya Distribusi	44
2.1.5	Penjualan	44
2.1.5.1	Definisi Penjualan	44
2.1.5.2	Konsep Penjualan.....	44
2.1.5.3	Pentingnya Penjualan	45
2.1.5.4	Daya Tarik Penjualan	45
2.1.5.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	46
2.1.6	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan.....	47
2.1.7	Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Penjualan	48
2.1.8	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan	49
2.1.9	Penelitian Terdahulu yang Relevan	50
2.2	Kerangka Pemikiran	53
2.3	Hipotesis.....	56
BAB III.....	51
METODE PENELITIAN	51
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	51
3.2	Definisi dan Operasional Variabel.....	59
3.2.1	Definisi Variabel.....	59
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	61
3.3	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	62
3.3.1	Sumber Data.....	62
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	63
3.4	Teknik Analisis Data	63
3.4.1	Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan	64

3.4.2 Analisis Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Penjualan	66
3.4.3 Analisis Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan	69
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian	73
3.5.1 Tempat Penelitian	73
3.5.2 Waktu Penelitian.....	73
BAB IV	75
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Hasil Penelitian	75
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk	75
4.1.1.1 Sejarah Singkat PT. Unilever Tbk	75
4.1.1.2 Visi dan Misi PT. Unilever Indonesia Tbk.....	78
4.1.1.3 Produk PT. Unilever Indonesia Tbk.....	79
4.1.1.4 Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk.....	79
4.1.1.5 Job Deskripsi PT. Unilever Indonesia Tbk.....	80
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti	81
4.1.2.1 Hasil Penelitian tentang Biaya Promosi pada PT Unilever Indonesia Tbk.....	81
4.1.2.2 Hasil Penelitian tentang Biaya Distribusi pada PT Unilever Indonesia Tbk.....	83
4.1.2.3 Hasil Penelitian tentang Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk	84
4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis	85
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk	86
4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk	90
4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Pengaruh Biaya Promosi dan Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk	94
4.2 Pembahasan	104
4.2.1 Pengaruh Biaya Promosi terhadap penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk periode 2013-2022	104

4.2.2 Pengaruh Biaya Distribusi terhadap penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk periode 2013-2022	106
4.2.3 Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk periode 2013-2022	109
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Simpulan.....	112
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA.....	cxvi
LAMPIRAN-LAMPIRAN	117