

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAKSI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Metodologi Penelitian	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Bauran Promosi	14
B. Volume Penjualan	26

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan 28
B. Struktur Organisasi Perusahaan 31
C. Produk Rokok A. Mild 37
D. Aktivitas Promosi dan Saluran Distribusi. 40

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan Biaya Promosi terhadap Penjualan 47
B. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan . . 58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 64
B. Saran 65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Volume Penjualan Rokok A.Mild PT. H.M Sampoerna Tahun 1997 – 2001	6
1.2 Biaya Promosi Rokok A.Mild PT. H.M Sampoerna Tahun 1997 – 2001	6
3.1 Daftar Harga Jual Produk Rokok PT. HM Sampoerna Marketing Services Area Palembang Tahun 2002 (Dalam rupiah)	39
4.1 Biaya Promosi dan Volume Penjualan Rokok A. Mild Produksi PT. HM Sampoerna Palembang (Tahun 1997 – 2001)	52
4.2 Perhitungan Hubungan Biaya Promosi dengan Volume Penjualan Rokok A. Mild periode Tahun 1997 – 2001	54
4.3 Biaya Promosi dan Volume Penjualan Rokok A. Mild Produksi PT. HM. Sampoerna Palembang (Tahun 1997 – 2001)	59
4.4 Perbandingan Regresi dan Realisasi Penjualan	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
3.1 Struktur Organisasi Marketing Services Area PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Cabang Palembang	32
3.2 Saluran Distribusi PT. HM Sampoerna	46