

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Asumsi Penelitian.....	6
E. Hipotesis Penelitian	6
F. Kegunaan Penelitian	7
G. Ruang Lingkup Penelitian	8
H. Definisi Istilah.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Teori Strategi Pemasaran.....	11
B. Teori Saluran Distribusi	12
C. Teori Peningkatan Penjualan	23
D. Teori Tahu	29
E. Kajian Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Rancangan Penelitian	32
B. Populasi dan Sampel	33
C. Sumber Data.....	34

	D. Instrumen Penelitian	35
	E. Pengumpulan Data	37
	F. Analisis Data.....	38
BAB	IV	DESKRIPSI DATA, UJI HIPOTESIS, DAN
		PEMBAHASAN
		47
	A. Deskripsi Data.....	47
	B. Pembuktian Hipotesis.....	65
	C. Pembahasan	69
BAB	V	PENUTUP
		75
	A. Kesimpulan	75
	B. Saran.....	75
	DAFTAR RUJUKAN	77
	PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	80
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	81
	RIWAYAT HIDUP.....	100