



**ANALISIS PENGARUH POTONGAN HARGA , BIAYA
PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PRODUK ROKOK
DJARUM SUPER JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Nafilah Perendi Sata

NIM 080810201113

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2012



**ANALISIS PENGARUH POTONGAN HARGA , BIAYA
PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PRODUK ROKOK
DJARUM SUPER JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Nafilah Perendi Sata

NIM 080810201113

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : NAFILAH PERENDI SATA
NIM : 080810201113
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH POTONGAN HARGA, BIAYA
PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PRODUK ROKOK DJARUM
SUPER JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, September 2012

Yang menyatakan,



Nafilah Perendi Sata
NIM. 080810201113

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH POTONGAN HARGA, BIAYA
PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PRODUK ROKOK DJARUM
SUPER JEMBER

Nama Mahasiswa : NAFILAH PERENDI SATA

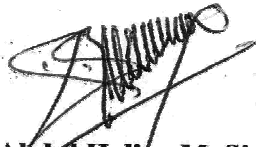
NIM : 080810201113

Jurusan : MANAJEMEN

Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

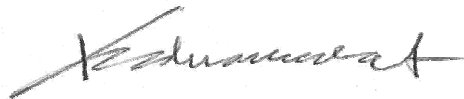
Tanggal : 04 September 2012

Pembimbing I,



Drs. H. Abdul Halim, M. Si
NIP. 19501221 197801 1 001

Pembimbing II,



Drs. Ketut Indraningrat, M. Si
NIP. 19501221 197801 1 001

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH POTONGAN HARGA, BIAYA PROMOSI,
DAN BIAYA SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PRODUK ROKOK DJARUM SUPER JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : NAFILAH PERENDI SATA

NIM : 080810201113

Jurusan : MANAJEMEN

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

21 September 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Adi Prasodjo, M.P. :

NIP. 19550516 198703 1 001

Sekretaris : Drs. H. Abdul Halim, M. Si :

NIP. 19501221 197801 1 001

Anggota : Drs. Ketut Indraningrat, M. Si :

NIP. 19610710 198902 1 002



Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc

NIP 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Dengan ridho Allah SWT, syukur Alhamdulillah akhirnya satu kewajiban telah saya selesaikan dan semua ini tulus saya persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, ungkapan terima kasih dan hormat serta sayangku :

- a. Untuk kedua orang tuaku yang tak pernah lelah mempercayai, mendoakanku dan memberikan curahan kasih sayangnya padaku.*
- b. Untuk saudara-saudaraku yang memberi dukungan tanpa henti-henti.*
- c. Untuk sahabat-sahabat dan kekasihku yang selalu memberi semangat, dukungan dan kasih sayangnya serta menjadi tempat tujuan pertama bagiku saat aku membutuhkan bantuan, saran dan pemicu semangat.*
- d. Dosen dan Almamater Fakultas Ekonomi yang aku banggakan.*

MOTTO

Hinaan dan Cemoohan dari orang yang ragu pada kita adalah cambuk paling kuat untuk mencapai kesuksesan
(Sir Alex Ferguson)

Pertahanan yang paling baik adalah menyerang, orang-orang yang berani melakukan tindakan dalam mencapai cita-citanya adalah orang-orang yang akan lebih berhasil daripada orang-orang yang hanya diam dan menunggu
(Johan Cruyff)

Pahlawan bukanlah orang yang berani meletakkan pedangnya ke pundak lawan, tetapi pahlawan sebenarnya ialah orang yang sanggup menguasai dirinya dikala ia marah.
(Nabi Muhammad SAW)

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH POTONGAN HARGA, BIAYA PROMOSI,
DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PRODUK ROKOK DJARUM SUPER JEMBER**

Oleh

Nafilah Perendi Sata

NIM 080810201113

Pembimbing:

Dosen Pembimbing I : Drs. H. Abdul Halim, M. Si
Dosen Pembimbing II : Drs. Ketut Indraningrat, M. Si

Analisis Pengaruh Potongan Harga, Biaya promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Rokok Djarum Super Jember.

Nafilah Perendi Sata

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh potongan harga, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap volume penjualan rokok Djarum Super. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara potongan harga dan volume penjualan rokok Djarum Super, dengan demikian hipotesis pertama diterima. Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan rokok Djarum Super dengan demikian hipotesis ke dua diterima. Dan biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan rokok Djarum Super dengan demikian hipotesis ke tiga diterima. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel potongan harga, biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan rokok Djarum Super dengan demikian hipotesis ke empat diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi volume penjualan rokok Djarum Super.

Kata Kunci : Potongan Harga, Biaya Promosi, Biaya Distribusi dan Volume penjualan

Analisis Pengaruh Potongan harga, Biaya promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Rokok Djarum Super Jember.

Nafilah Perendi Sata

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of rebates, promotional costs, and distribution costs to sales volume Djarum Super cigarettes. The analytical tool used in this research is the analysis of multiple linear regression. Based on the analysis, it can be concluded that there is significant between the discounted price and sales volume of cigarettes Djarum Super, thus the first hypothesis is accepted. Promotional costs significantly influence sales volume Djarum Super cigarettes thus the second hypothesis is accepted. And distribution costs affect the volume of sales of cigarettes Djarum Super is thus the third hypothesis is accepted. The results also showed that the variable discounted price, promotion and distribution costs simultaneously affect the volume of sales of cigarettes Djarum Super thereby fourth hypothesis is accepted. The results showed that the discounted price is the most dominant variable affecting the volume sales of cigarettes Djarum Super.

Keyword: Discount, Promotional Costs, Distribution Costs and sales volume

RINGKASAN

Analisis Pengaruh Potongan Harga, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Rokok Djarum Super Jember. Nafilah Perendi Sata, 080810201113, 2012, 74 halaman, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Perkembangan industri rokok di Indonesia tentu saja membawa pengaruh yang cukup positif dalam beberapa segi, khususnya segi ekonomi. Dengan adanya produk yang sejenis dan semakin banyak produk baru yang bermunculan, Djarum memiliki strategi kestabilan potongan harga sehingga produk Djarum bisa bersaing dengan produk lain yang sejenis dan tidak kalah dalam hal potongan harga karena dengan hal ini dapat meningkatkan volume penjualan produk rokok Djarum. Kestabilan yang dilakukan oleh Djarum tidak pernah mengalami kenaikan potongan harga seperti produk perusahaan lain yang beredar di pasaran, hal itu dilakukan untuk memberikan image kepada masyarakat tentang Djarum yang tidak memiliki potongan harga mahal dan strategi itu di khususkan untuk menjaga loyalitas pelanggan yang telah loyal untuk mengkonsumsi produk Djarum. Seperti diketahui Djarum Super merupakan rokok kretek produksi PT.Djarum dimana usia produk ini sudah cukup lama sehingga telah dikenal oleh masyarakat luas dan merek Djarum Super sudah memiliki *awareness* yang tinggi dan *brand image* yang kuat di tengah konsumen sehingga dapat mengangkat volume penjualan rokok mild dan pertama kali diperkenalkan ke pasar Indonesia pada tahun 1981 tanggapan pasar terhadap produk ini sangat cepat. Dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan volume volume penjualan tersebut PT.Djarum tetap melakukan kegiatan biaya promosi karena adanya persaingan yang cukup tajam dalam pemasaran produk rokok kretek. Salah satu strategi yang dilakukan oleh Djarum yaitu dengan *ricycle* produk lama yang dihiasi dengan kemasan-kemasan baru sehingga lebih menarik konsumen dan konsumen tidak lupa akan produk yang telah diluncurkan perusahaan dan tetap tertanam di benak konsumen meskipun ada beberapa produk baru yang diluncurkan. Hal terpenting yang dilakukan oleh perusahaan yaitu menjaga distribusi produk dari pusat untuk semua wilayah Indonesia dan disesuaikan dengan target market yang dituju. Strategi ini di khususkan oleh perusahaan agar perusahaan tidak telat dan tidak kalah oleh distribusi yang dilakukan pesaing, sehingga perusahaan bisa menjaga kelangsungan siklus hidup produk yang beredar dikalangan masyarakat dan konsumen bisa menikmati produk baru yang diproduksi tanpa harus mengkonsumsi produk yang telah *expired* sehingga bisa menanamkan

image perusahaan terhadap pelanggan. Tujuan penelitian adalah: 1) Untuk menganalisis pengaruh variabel potongan harga terhadap volume volume penjualan, 2) Menganalisis pengaruh variabel biaya promosi terhadap volume volume penjualan, 3) Menganalisis pengaruh variabel biaya saluran distribusi terhadap volume volume penjualan, 4) menganalisis pengaruh semua variabel (potongan harga, biaya promosi, dan biaya saluran distribusi) terhadap volume volume penjualan dan untuk menganalisis variabel yang lebih dominan terhadap volume volume penjualan. Manfaat dari penelitian ini dapat untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan penetapan potongan harga, kegiatan biaya promosi, dan biaya saluran distribusi untuk meningkatkan volume penjualan pada rokok Djarum Super.

Penelitian ini di klasifikasikan sebagai *explanatory research*, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data internal yang menggambarkan keadaan atau kegiatan dalam suatu perusahaan yang diperoleh langsung dari perusahaan oleh peneliti, metode pengumpulan datanya berupa interview dan dokumentasi, analisis data yang digunakan adalah dengan uji normalitas, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji F, dan uji t. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh bahwa variabel potongan harga berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap volume volume penjualan rokok Djarum Super, ini dibuktikan dengan perhitungan regresi dengan tingkat signifikansi 0,038; variabel biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap volume volume penjualan rokok Djarum Super pada PT. Djarum dengan tingkat signifikansi sebesar 0,014; variabel biaya saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap volume volume penjualan rokok Djarum Super pada rokok Djarum Super PT. Djarum dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006; dan potongan harga adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi volume volume penjualan rokok Djarum Super. Kesimpulannya bahwa hasil penelitian menerima semua hipotesis berpengaruh signifikan terhadap volume volume penjualan produk rokok Djarum Super.

SUMMARY

Analysis of Effect of Discount, Promotional Costs and Cost Distribution Product Sales Volumes Against Smoking Djarum Super Jember. Nafilah Perendi Sata, 080810201113, 2012, 74 pages, Department of Management, Faculty of Economics, University of Jember.

The development of the tobacco industry in Indonesia certainly brought some positive effects in some aspects, especially in economic terms. With the similar products and more and more new products are emerging, Djarum has a strategy of price stability so that Djarum product can compete with other similar products, and not least in terms of price because this can increase the sales of tobacco products Djarum. Stability by Djarum has never experienced rising prices as other companies products on the market, it was done to give the public image of Djarum who do not have expensive prices and specialize in the strategy to keep the loyalty of customers who have been loyal to consume products Djarum . As is known Djarum Super kretek production PT.Djarum where product life is long enough that it has been recognized by the public and Djarum Super brand already has high awareness and strong brand image in the consumer so that it can lift sales and first mild cigarette Indonesia introduced to the market in 1981, the market response to these products very quickly. In order to maintain and increase sales volume PT.Djarum remains a promotion because of a sharp competition in the marketing of cigarette products. One strategy is to be done by Djarum recycle old products are adorned with new packaging that attract more consumers and consumers do not forget the company's products have been launched and remains embedded in the minds of consumers even though there are some new products are launched. The most important thing done by the company is keeping the product distribution from the center to all parts of Indonesia and tailored to the intended target market. This strategy by companies that specialize company is not late and not least by the distribution of the competition is doing, so that the company can maintain the continuity of the product life cycle in circulation among the public and consumers can enjoy new products are produced without the need to consume products that have expired so that it can embed the image company to the customer. Purpose of the study were: 1) To analyze the effect of variable price to sales volume, 2) analyze the effect of the variable cost of promotion to sales volume, 3) to analyze the effect of variable distribution channel to sales volume, 4) analyze the effect of all the variables (price, promotion costs, and distribution channels) to sales volume and to analyze the more dominant variable to sales volume. The benefit of this research can be to be considered in making pricing, promotion, and distribution channels to increase sales on cigarettes Djarum Super.

This study classified as explanatory research, the source of the data used in the study of internal data that describe the state of activities within a company or obtained directly from the company by the researcher, data collection methods such as interviews and documentation, data analysis is to test for normality, multiple linear regression analysis, the classical assumption test, F test and t test. Based on the results of the regression analysis found that variables significantly

affect the price of the volume sales of cigarettes Djarum Super, is evidenced by the regression calculation with a significance level of 0.038; variables promotional costs significantly influence the sales volume in PT Djarum Super cigarettes. Djarum with a significance level of 0.014; distribution channel variables significantly influence the volume of cigarette sales on the Djarum Super cigarettes Djarum Super PT. Djarum with a significance level of 0.006, and the price is the most dominant variable affecting the sales volume of cigarettes Djarum Super. The conclusion that the results of all the hypotheses of the study received a significant effect on the volume of sales of tobacco products Djarum Super.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala karunia dan kelimpahan berkat-Nya yang telah diberikan serta segala petunjuk dan kekuatan yang tiada hentinya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul:

“ANALISIS PENGARUH POTONGAN HARGA, BIAYA PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK ROKOK DJARUM SUPER JEMBER”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat adanya bantuan dari berbagai pihak, yang berupa petunjuk, bimbingan, pengarahan, dukungan moril maupun fasilitas yang tersedia. Oleh karena itu, dengan segala keterbukaan, kelapangan, dan ketulusan hati yang dalam, penulis mengucapkan terimakasih pada semua pihak yang telah memainkan peran penting dalam proses penyelesaian pembuatan skripsi ini :

1. Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Ibu Siti Aliyati Al Bushairi, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama menjadi mahasiswa.
5. Bapak Drs. H. Abdul Halim, M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M. Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
8. Karyawan Bagian Akademik dan Tata Usaha Jurusan Manajemen yang mendukung kegiatan akademis di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

9. Kedua orang tuaku tercinta, Papa Drs.Djumadi dan Mama Eny Syarifah, terimakasih atas kasih sayang, kesabaran, dukungan, dan doanya untukku. Terima kasih juga karena masih memberi kepercayaan padaku meskipun aku berkali-kali membuat kalian kecewa. Maaf kalau aku belum menjadi yang kalian inginkan, tapi ini adalah awal segalanya. Semua kata-kata sindiran dari kalian aku jadikan pemacu semangatku dan semua itu adalah bukti bahwa kalian sangat peduli dan sayang padaku.
10. Adikku tersayang Nasheh Rojabi, terima kasih atas do'a serta semangat dan juga canda tawa yang selalu menghiasi hariku.
11. Nenekku dan tante-tanteku, terima kasih sudah mendoakanku selama penulisan skripsiku dan juga sebelum aku ujian.
12. Riski Widi, seseorang yang akhirnya terpilih jadi pendamping wisuda-ku, terima kasih untuk cinta, kasih sayang, perhatian, kepercayaan, bantuan, saran, motivasi, harapan, senyuman, dan semua hal-hal kecil yang kamu berikan padaku setiap hari, semua itu melengkapi dan mewarnai hidupku.
13. Sahabat-sahabatku, saat duniaku tertawa dan dipenuhi bintang kalian terkadang menghilang, tapi kalian selalu ada disaat aku merasa lemah...jangan pernah kalian menghilang. Terima kasih banyak buat sahabat-sahabatku Ajeng, Enggar, Hany, Indra, Musa, dan Fauzi, serta sahabat-sahabatku yang lain yang tak bisa disebutkan satu persatu.
14. Seluruh teman-teman Manajemen 2008 terima kasih sudah banyak membantu skripsiku.
15. Teman-teman MC Family yang sudah banyak membantuku selama masih kuliah serta teman-teman KK terima kasih atas pengalaman magang yang menyenangkan bersama kalian.
16. Adik-adik angkatanku, terima kasih sudah memberi saran dan bantuan serta membuatku mengalami 1 jam seminar yang menjadi 1 jam paling mencekam dalam hidupku.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	viii
HALAMAN ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY	xiii
PRAKATA	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB. II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.2 Marketing Mix	10
2.1.3 Potongan Harga.....	12
2.1.4 Biaya Promosi.....	15

2.1.5 Biaya Distribusi	21
2.1.6 Volume Penjualan	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Konseptual.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB III. METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4 Identifikasi Operasional Variabel.....	31
3.5 Definisi Operasional Variabel	31
3.6 Metode Analisa Data	33
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	38
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum PT.Djarum	40
4.1.2 Struktur Organisasi	45
4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.1.4 Hasil Analisis Data.....	52
4.2 Pembahasan.....	59
4.2.1 Pengaruh Potongan Harga terhadap Volume penjualan.....	59
4.2.2 Pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume penjualan	61
4.2.3 Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Volume penjualan	62
4.2.4 Variabel Dominan yang Memengaruhi Volume Penjualan Rokok Djarum Super.....	63
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Loyal Intention untuk Loyal terhadap Merek	5
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	28
4.1 Data Volume Penjualan, Potongan Harga, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi PT. Djarum.....	50
4.2 Hasil Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	56
4.5 Hasil Uji Autokorelasi	57
4.6 Hasil Uji t.....	57
4.7 Hasil Uji F.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Merek Dagang PT Djarum tahun 2009.....	5
2.1 Kerangka Konseptual	29
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	38
4.1 Volume Penjualan Rokok Djarum Super PT. Djarum	50
4.2 Potongan Harga Rokok Djarum Super PT. Djarum	51
4.3 Biaya Promosi Rokok Djarum Super PT. Djarum	51
4.4 Biaya Distribusi Rokok Djarum Super PT. Djarum.....	52
4.5 Hasil Uji Normalitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Data Volume Penjualan Rokok Djarum Super
- Lampiran 2 Uji Normalitas
- Lampiran 3 Regresi Linier Berganda
- Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik