

**PENGARUH PERIKLANAN, *PERSONAL SELLING*, PROMOSI
PENJUALAN DAN *PUBLISITAS* TERHADAP *VOLUME* PENJUALAN
SEPEDA MOTOR SUZUKI PADA CV. ADI PUTRA MOTOR UNGTER
SUKOHARJO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Manajermen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

DWI MARGONO
B 100 020 410

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH SURAKARTA
2006**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca skripsi berjudul:

PENGARUH PERIKLANAN, *PERSONAL SELLING*, PROMOSI PENJUALAN DAN *PUBLISITAS* TERHADAP *VOLUME* PENJUALAN SEPEDA MOTOR SUZUKI PADA CV. ADI PUTRA MOTOR, UNGTER SUKOHARJO.

Yang ditulis oleh:

Nama : DWI MARGONO

Nim : B 100 020 410

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta,2006

Pembimbing Kedua

Pembimbing Utama

(Ferestin ND, SE)

(Jati Waskito, SE. MM.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs. Syamsudin, MM.)

MOTTO

Jadilah pemaaf ketika kau berkuasa

Pemurah ketika kau susah

Mengutamakan kepentingan orang lain ketika kau butuh

Kelak akan sempurnalah keutamaanmu

(Al Hadist)

Sesungguhnya sesudah kesulitan akan datang kemudahan. Maka kerjakanlah urusanmu dengan sungguh-sungguh, dan hanya kepada

ALLOH lah kamu berharap.

(QS. Asy-Syar-h : 6-8)

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan

kesanggupannya. **(QS. Al Baqarah : 286)**

Belajarlah karena dengan belajar itu kamu akan menjadi elok, bila kamu tidak mempunyai rupa elok, dan kamu akan mempunyai kekayaan. Bila kamu tidak mempunyai kekayaan, ilmu itu hiasan bagi orang yang tidak mempunyai harta.

(Mus'ab bin Zubair)

PERSEMBAHAN

Karya awal yang sederhana ini kupersembahkan kepada:

- 1. Ayah dan Ibundaku tercinta, yang telah memberikan do'a dan kasih sayang dalam mendidik dan membesarkanku dengan penuh kesabaran*
- 2. Adik-adikku tersayang, yang selalu memberi dukungan padaku*
- 3. Seseorang yang akan mendampingiku kelak yang memberi arti dan warna dalam hidupku*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas kemurahan-NYA yang telah memberikan kemudahan, kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi kewajiban penulis dalam melengkapi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Syamsudin, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Mughorobin, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Jati Waskito SE, Msi. selaku pembimbing Utama skripsi yang telah dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Ferestin ND,SE. selaku Pembimbing Bantu skripsi yang telah dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Sholikhah NR. SE. MSi, "*Almarhummah*" selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam bidang akademik selama penulis menempuh study di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis kuliah.
7. Bapak/Ibu Pimpinan CV. Aiputra motor yang telah memberikan izin penelitian.
8. Bapak dan Ibu, Bapak Tomo mulyono dan ibu Suparmi tercinta,, yang telah mendo'akan dengan tulus dan selalu memberikan kasih sayang, bimbingan dan dorongan baik moral, spiritual maupun materi.
9. Adik-adikku, Aprigga Tri Nugraha, Erna Rahmawati "*Everyday I love You*" *we thank you for smiling and tangismu, bringing the spirit [of] your sister in trying* terima kasih atas senyum dan tangismu yang membawa semangat kakakmu dalam berusaha.
10. Temen-temen kos *wisma putus cinta* '00, Mas Aditt (Tegal), Agus(smokill), Tejo,Endri al Happs Hashimoto/Dholop,Se, Ci'Xen, Fery(bo'kep),Anang,dll "*Aku temukan nilai-nilai kehidupan dan persahabatan yang tulus dan indah bersama kalian semua*". *Tanpa Kalian Aku Bukan Apa-Apa*.
11. Terima kasih pada Fajar Andriana ,SE "*semua tak akan terjadi bila kau berkata tidak*".
12. Terima kasih pada, Mutiah Nur Hidayah Amd,Keb. "*Dream sometime bring the us conscious dot perfection , no that it only mere hallucination*"
13. PAK T' (Teguh), terima kasih atas bantuannya selama ini.

14. Adik-adik baruku, Dita Cintia, Niken, Erni, Maya, fardi/giya kehadiran kalian memberikan warna baru dalam hidupku *when we can together again? miss you much.*
15. Teman-temanku kelas G '02: yeyen, sunaryono (P3NY0), eko, preng-es, amat huzaifah, antok, zaki, dani, mahmut, shofi, rulli/arif, annin,yanti, wi2k, endang, bambang, guntur, andri, novi, banu, *keep our friendship guy's, you always in my heart.*
16. Dd'e. *thanks* atas kebersamaannya. "*sabar, tenang, semangat, merupakan modal utama dalam menempuh waktu yang di berikan'Nya* ”.
17. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan selalu diterima dengan tangan terbuka. Semoga karya kecil ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta,2006

Penulis

Dwi Margono

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAKSI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran.....	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Konsep Pemasaran.....	9
3. Fungsi Pemasaran	12
B. Bauran Pemasaran	14
C. Bauran Promosi.....	16
D. Periklanan.....	19

E. Personal Selling.....	22
F. Promosi Penjualan.....	24
G. Publisitas.....	25
H. Penjualan.....	27
I. Manfaat Periklanan, Personal Selling, Promosi Penjualan dan Publisitas Terhadap Peningkatan Volume Penjualan.....	30
J. Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Kerangka Pemikiran	36
B. Hipotesa	37
C. Data dan Sumber Data	38
D. Analisa Data	41
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	
A. Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	49
B. Analisis Data.....	51
C. Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III.1 Kerangka Pemikiran.....	37

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bidang pemasaran khususnya pada kegiatan promosi pengaruhnya terhadap volume penjualan di CV. Adi Putro Motor Sukoharjo.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Apakah ada pengaruh *promosional mix* yaitu periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan *publisitas* terhadap *volume* penjualan CV. Adi Putro Motor?; dan 2) *Promosional mix* manakah yang mempunyai pengaruh yang *dominan* terhadap *volume* penjualan pada CV. Adi Putro Motor?.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Menganalisis pengaruh periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan *publisitas* terhadap *volume* penjualan; 2) Mengidentifikasi faktor *promosional mix* yang dominan berpengaruh terhadap *volume* penjualan.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah: 1) Di duga bahwa periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan *publisitas* mempunyai pengaruh terhadap *volume* penjualan; 2) Di duga bahwa promosi penjualan berpengaruh secara *dominan* terhadap *volume* penjualan. Alat analisis data yang digunakan adalah: analisis regresi berganda, uji t, uji f, uji R^2 , uji asumsi yang terdiri dari: uji autokorelasi, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas.

Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan : 1) Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa dari variabel periklanan, promosi penjualan dan publisitas berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan, sedangkan untuk variabel *personal selling* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan; 2) Berdasarkan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 201,829 dan F_{tabel} sebesar 5,190 sehingga $F_{hitung} (201,829) > F_{tabel} (5,190)$ berarti H_1 ditolak, maka variabel periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan; 3) Berdasarkan hasil analisis data diperoleh R^2 sebesar 0,994 ini menunjukkan bahwa variabel periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas mempunyai kontribusi pengaruh terhadap variabel volume penjualan sebesar 99,4%. Sedangkan sisanya sebesar 0,60% mendapat kontribusi dari variabel lain yang tidak terdapat di dalam model atau tidak penulis teliti, dengan demikian penggunaan variabel independen (periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas) dalam mempengaruhi volume penjualan pada penelitian ini sudah tepat.