

**ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN MOTOR SUZUKI  
(Studi Kasus Pada Motor SUZUKI Dealer Adi Putra Motor di Sragen)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Oleh :**

**NOFI HANDAYANI**

**B 100 020 450**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2007**

## PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:  
**“ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN MOTOR SUZUKI (Studi Kasus Pada Motor Suzuki Dealer  
Adi Putra Motor di Sragen).**

Yang ditulis oleh Nofi Handayani, NIM : B 100 020 450

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2007

Pembimbing Utama

(Drs. Kusdiyanto, M.Si.)

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs. Syamsudin, MM.)



## MOTTO

Bacalah apa yang telah diwahyukan kepadamu, yaitu Al-kitab (Al-Qur'an) dan dirikanlah shalat. Sesungguhnya shalat itu mencegah dari (perbuatan-perbuatan) keji dan mungkar. Dan sesungguhnya mengingat Allah (shalat) adalah lebih besar (keutamaannya dari ibadah-ibadah yang lain). Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.

(QS Al-Ankabuut : 45)

Barangsiapa mencari jalan dan mencari ilmu maka Allah akan memudahkan jalan baginya ke surga.

(Al-Hadist)

Orang yang paling celaka / merugi di hari kiamat nanti adalah orang yang ada kesempatan menuntut ilmu didunia ini, tetapi tidak menuntutnya dan orang yang mengajarkan ilmu yang memberi manfaat bagi orang yang mendengarnya tetapi dia sendiri tidak dapat mengambil manfaat dari ilmu itu.

(HR Ibnu Ash-Syakir dari Anas)

Janganlah kamu mengerjakan sesuatu yang belum tahu ilmunya.

(QS Al-Baqarah)

....., niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.....

(QS Al – Mujaadillah : 11)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ✍ Bapak dan ibu tercinta, sebagai wujud bhaktiku untuk do'a , kasih sayang dan segala-galanya.
- ✍ Kakak-kakakku (Anung dan Wulan), yang telah memberikan semangat, dorongan dan kebahagiaan.
- ✍ Seseorang yang sangat berarti, yang selalu menjadi “cahaya” dihidupku.
- ✍ Sahabat-sahabatku, yang menjadi bagian indah dalam hidupku.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bismillahirrahmanirahim

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena rahmat dan hidayah, serta ridho-Nya kepada kita semua, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : “Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Suzuki (Studi Kasus Pada Motor Suzuki Dealer Adiputra Motor di Sragen)”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini.

Dengan segenap kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta sekaligus selaku pembimbing akademik yang selama ini selalu memberikan arahan-arahan dengan sabar dan bijaksana.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Kusdiyanto, M.Si., Selaku Pembimbing Utama dengan arif dan bijaksana memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta atas ilmu, bantuan dan pelayanannya bagi penulis.

5. Bapak Ir. Adiatma, Selaku Pimpinan Dealer Suzuki “Adiputro Motor” Sragen yang telah memberikan ijin dan kemudahan dalam memperoleh data-data dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu tercinta atas do’a dan kasih sayangnya yang tulus.
7. Mas Anung dan Mbak Wulan, De’ Eza atas semua kebahagiaan dan keceriaan dalam hidupku.
8. Seluruh keluargaku atas dorongan dan do’a - do’anya.
9. Seseorang yang ada dihatiku yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, nasehat dan kesabarannya bersamaku.
10. Sahabat-sahabatku dan orang-orang yang menjadi bagian perjalanan hidupku yang membuatku berpikir hidup ini indah.
11. Buat AD 5744 YN yang selalu setia menemani perjalananku.

Semoga amal ibadah mereka mendapatkan ridho dan pahala dari Allah SWT. Akhir kata, tidak ada kesempurnaan dalam diri manusia, kesempurnaan hanyalah milik-Nya. Oleh karena itu, penulis menerima segala saran dan kritik untuk skripsi ini.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Sragen, Maret 2007

Penulis

(Nofi Handayani)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	4
C. Perumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Masalah.....	7
B. Pengertian Promosi .....	9
1. Tujuan Promosi .....	11
2. Pengaruh Promosi .....	12
3. Bauran Promosi.....	12
C. Periklanan.....	14
1. Fungsi-fungsi Periklanan.....	14
2. Tujuan Periklanan .....	15
3. Pemilihan Media Periklanan .....	16
4. Perencanaan Periklanan.....	17



D. Promosi Penjualan.....	18
E. Tenaga Penjualan .....	19
F. Publisitas .....	21
G. Volume Penjualan.....	22
H. Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Kerangka Pemikiran.....	25
B. Definisi Operasional Variabel.....	26
C. Metode Analisis Data.....	27
D. Alat Analisa Data .....	29
1. Analisa Regresi Berganda .....	29
2. Analisa Korelasi Parsial .....	29
3. Uji t.....	30
4. Uji F.....	31
E. Data dan Sumber Data.....	32
1. Objek Penelitian.....	32
2. Data Primer .....	32
3. Data Sekunder .....	33
F. Metode Pengumpulan Data .....	33
G. Populasi Sampel dan Teknik Sampling.....	33
<b>BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	35
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	35
2. Lokasi Perusahaan.....	36
3. Struktur Organisasi Perusahaan .....	41
4. Tata Tertib Perusahaan.....	46
5. Operasi Perusahaan.....	48
B. Tujuan Perusahaan .....	48
C. Pemasaran Produk Perusahaan.....	50
D. Manajemen SDM .....	55

E. Manajemen Keuangan.....	57
1. Pendanaan Awal Perusahaan.....	57
2. Alokasi Dana Perusahaan.....	57
3. Laporan Keuangan .....	61
F. Hasil Analisis Data .....	61
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
2. Analisis Korelasi .....	64
3. Uji Parsial (Uji t).....	65
4. Uji F.....	69
BAB V PENUTUP .....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran-Saran .....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Neraca Per 31 Desember 2005 .....	58
Tebel 4.2. Laporan Rugi / Laba Per 31 Desember 2005 .....	60
Tabel 4.3. Laporan Perubahan Modal Kerja .....	61
Tabel 4.4. Biaya Promosi dan Volume Penjualan.....	62

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Kerangka Teoritik .....	25
Gambar 3.2. Uji t.....	30
Gambar 3.3. Uji Signifikan F .....	31
Gambar 4.1. Lokasi Dealer Suzuki “Adi Putra Motor” Sragen.....	39
Gambar 4.2. Lay Out Dealer Suzuki “Adi Putra Motor” Sragen.....	40
Gambar 4.3. Struktur Organisasi Dealer “Adi Putra Motor” Sragen	43
Gambar 4.4. Kurva Uji t Test Periklanan (X1) .....	65
Gambar 4.5. Kurva Uji t Test Promosi Penjualan (X2) .....	66
Gambar 4.6. Kurva Uji t Test Tenaga Penjualan (X3).....	67
Gambar 4.7. Kurva Uji t Test Publisitas (X4).....	68
Gambar 4.8. Kurva Uji F Test Variabel Promosi.....	70

## ABSTRAKSI

Tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, tenaga penjualan dan publisitas terhadap volume penjualan. 2) Untuk mengetahui variabel yang mempunyai pengaruh dominan untuk meningkatkan volume penjualan.

Penelitian dilakukan pada Dealer Motor Suzuki “Adiputra Motor” di Sragen, khususnya menyangkut masalah biaya promosi (biaya periklanan, biaya promosi penjualan, biaya tenaga penjualan dan biaya publisitas) yang berpengaruh terhadap volume penjualan. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan alat analisis dengan regresi linier berganda, korelasi parsial, Uji t, Uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) biaya periklanan berpengaruh terhadap volume penjualan. Hal ini didukung dari hasil koefisien regresi sebesar 4,440 dan hasil  $t_{hitung}$  sebesar 2,982 dengan tingkat signifikan sebesar 0,031, maka hipotesis pertama dapat dibuktikan. 2) biaya promosi penjualan berpengaruh terhadap volume penjualan. Hal ini didukung dari hasil koefisien regresi sebesar 52,859 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,678 dengan tingkat signifikan sebesar 0,002, maka hipotesis pertama dapat dibuktikan. 3) biaya tenaga penjualan berpengaruh terhadap volume penjualan. Hal ini didukung dari hasil koefisien regresi sebesar 26,558 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,777 dengan tingkat signifikan sebesar 0,039, maka hipotesis pertama dapat dibuktikan. 4) biaya publisitas berpengaruh terhadap volume penjualan. Hal ini didukung dari hasil koefisien regresi sebesar 12,623 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,374 dengan tingkat signifikan sebesar 0,064, maka hipotesis pertama dapat dibuktikan. 5) secara bersama-sama, terdapat pengaruh yang signifikan variabel biaya periklanan, biaya promosi penjualan, biaya personal selling dan biaya publisitas berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini dapat diketahui dari  $f_{hitung} > f_{tabel}$  untuk nilai koefisien korelasi untuk biaya periklanan sebesar 0,857, biaya promosi penjualan sebesar 0,992, biaya personal selling sebesar 0,964 dan biaya publisitas sebesar 0,974.

Sedangkan nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,632. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan biaya periklanan, biaya promosi penjualan, biaya personal selling, dan biaya publisitas mempunyai hubungan yang kuat dan positif dengan volume penjualan.