

**ANALISIS PENGARUH PERIKLANAN DAN PERSONAL SELLING
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA DEALER MOTOR
HONDA “ALFA MOTOR” YOGYAKARTA**



SKRIPSI

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

Oleh :

Kunna Mujaddidah Alhaq

B 100 020 071

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2007

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI BERJUDUL :

**ANALISIS PENGARUH PERIKLANAN DAN PERSONAL SELLING
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA DEALER MOTOR
HONDA “ALFA MOTOR” YOGYAKARTA**

Yang dipersembahkan dan disusun oleh :

KUNNA MUJADDIDAH ALHAQ

NIM : B 100 020 071

Telah dipertahankan didepan Dosen Penguji pada tanggal :

27 Oktober 2007

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Oktober 2007

Dosen Pembimbing

(H.M. Sholahuddin, SE, MSi)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs. H.Syamsudin,MM)

MOTTO

- ❖ Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu dan sesungguhnya Allah beserta orang – orang yang sabar.

(Q.S. Al-Baqoroh : 45)

- ❖ Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersyukur, berbuat dzalim lalu istighfar, maka keselamatan dan merekalah orang-orang yang memperoleh hidayah.

(H.R. Baihaqi)

- ❖ Kesuksesan bukanlah akhir dari segalanya dan kegagalan bukanlah kehancuran, yang menentukan adalah semangat yang kita miliki.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- 1. Bapak dan Ibu tercinta.*
- 2. Suami dan Putraku terkasih (Ayah 'n Alfath).*
- 3. Mas Thonie n Mas Shin atas semua bantuan dan pengertiannya.*
- 4. Rekan-rekan yang membantu hingga selesainya skripsi ini.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohanirrohim,

Assalamu'alaiikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-NYA, sehingga penulisan skripsi dengan judul : **“ANALISIS PENGARUH PERIKLANAN DAN PERSONAL SELLING TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA DEALER MOTOR HONDA ALFA MOTOR YOGYAKARTA”** dapat selesai dengan baik, guna memenuhi persyaratan dalam meraih gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Surakarta.

Penulisan skripsi ini dengan dengan segala keterbatasan yang dimiliki masih sangat jauh dari sempurna. Namun demikian penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulisan skripsi dapat selesai dengan baik, berkat dukungan dari berbagai pihak

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak. Drs. H. Syamsudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak. M. Sholahuddin, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan saran-saran dari awal hingga

akhir penulisan skripsi ini.

3. Bapak. Agus Muqorobin selaku Dosen Pembimbing Akademik selama penulis menempuh kuliah.
4. Bapak Agus Dwijo selaku direktur Dealer Motor Honda “Alfa Motor” yang telah mengizinkan perusahaannya sebagai obyek penelitian, beserta para staff dan karyawan yang sangat membantu dalam memberikan petunjuk dan data-data yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bimbingan dan pelayanan selama penulis menuntut ilmu.
6. Bapak dan Ibu yang tercinta terimakasih atas segala dorongan dan dukungan baik secara materiil maupun moril, juga perhatian dan do'anya yang tak pernah putus selama ini kepada penulis.
7. My husband terimakasih atas segala dukungannya untuk selalu mendampingi setiap waktu dan selalu siap setiap saat penulis butuh bantuan ‘n my Son kau isi hari-hariku dengan canda tawamu, walau terkadang ngeyel, segala penat jadi hilang begitu melihat ceriamu. **Love u all...**
8. Mas thonie terimakasih mau direpotin mindahin komputer kesana-kemari, tuk Mas Shina kapan mulai bikin skripsinya....?
9. Sahabatku Fathin, Dwie n Ais yang juga memberi dorongan untuk penulis.
10. F@ Computer buat hardware SPSS nya.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Harapan penulis dengan tersusunnya skripsi ini dapat bermanfaat dan

merupakan sumbangan batapun kecilnya kepada mereka yang membutuhkan. Untuk semuanya penulis hanya mampu mendo'akan semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan rahmat-Nya kepada kita semua. Sebagai imbalan atas budi baiknya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|----------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN MOTTO..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| INTISARI..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Perumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Pengertian Pemasaran..... | 6 |
| B. Konsep Pemasaran..... | 8 |
| C. fungsi Pemasaran..... | 9 |

| | | |
|---------|--|----|
| | D. Bauran Pemasaran..... | 11 |
| | E. Bauran Promosi..... | 19 |
| | F. Periklanan..... | 27 |
| | G. volume Penjualan..... | 40 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | |
| | A. Kerangka Pemikiran..... | 43 |
| | B. Hipotesis..... | 48 |
| | C. Metode Penelitian..... | 49 |
| BAB IV | PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN | |
| | A. Sejarah Berdirinya Perusahaan..... | 59 |
| | B. Struktur Organisasi..... | 59 |
| | C. Pelaksanaan Pemasaran..... | 63 |
| | D. Analisis Data..... | 73 |
| | 1. Uji Asumsi Klasik..... | 73 |
| | a) Uji Normalitas..... | 73 |
| | b) Uji Linieritas..... | 74 |
| | c) Uji Multikolinieritas..... | 75 |
| | d) Uji Otokorelasi..... | 75 |
| | e) Uji Heterokedastisitas..... | 76 |
| | 2. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 77 |
| | a) Uji t..... | 78 |
| | b) Uji F..... | 81 |
| | c) Uji Koefisien Determinasi | 82 |

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 84

B. Saran..... 86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|---------|
| II. 1 Perbandingan beberapa konsep pemasaran | 9 |
| II. 2 keunggulan dan kelemahan berbagai media | 40 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|-------------------------|---------|
| 3. 1 Kerangka Pemikiran | 47 |
| 4.1 Struktur Organisasi | 60 |

INTISARI

Penelitian ini berjudul analisis pengaruh periklanan dan personal selling terhadap volume penjualan pada dealer motor Honda Alfa Motor Yogyakarta. Variable dependennya adalah volume penjualan dan variable independennya adalah biaya periklanan dan biaya personal selling. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui derajat hubungan antara factor-faktor yang mempengaruhi penjualan secara individu atau secara bersama-sama. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi volume penjualan dan berapakah derajat pengaruhnya. Untuk mengenalisa pengaruh tersebut digunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F, uji determinasi dan untuk mengetahui kelayakan data yang akan diuji, maka data variable penelitian diuji terlebih dahulu dengan uji asumsi klasik.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder meliputi data tentang volume penjualan biaya periklanan dan biaya personal selling tahun 2003 sampai dengan 2006.

Dari hasil uji asumsi klasik, dalam data tidak ditemukan adanya multikolinieritas, otokorelasi, dan heterokedastisitas, data bersifat linier dan semua data variabel penelitian berdistribusi normal.

Hasil pengujian statistik dan analisis regresi berganda diketahui diperoleh persamaan :

$$Y = 7,347 + 4,079 X_1 + 30,763 X_2$$

Sedangkan dengan pengujian statistic (uji t) diketahui bahwa biaya periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, begitu juga biaya personal selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Dari uji F diketahui bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,892 berarti 89,2% variasi variabel dependen (volume penjualan) dapat dijelaskan oleh variasi variabel independent (periklanan dan personal selling), sedangkan sisanya 10,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk dalam model.