

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL *PROMOTIONAL MIX*
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
PT. DANLIRIS DI SUKOHARJO**



SKRIPSI

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

Oleh :

HERMAWAN SETYADI
B 100 050 171

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2009

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul skripsi : ANALISIS PENGARUH VARIABEL *PROMOTIONAL MIX*
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. DANLIRIS DI
SUKOHARJO

Disusun oleh :

HERMAWAN SETYADI

B 100 050 171

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji Skripsi dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta,

Pembimbing Utama

Drs M. Nasir, MM.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Syamsudin, MM.

HALAMAN MOTTO

? *Awali hari dengan senyum, karena didalam senyum tercermin isi hati kita.*

(Penulis)

? *Kemarin adalah masa lalu dan masa lalu adalah sejarah yang dapat dijadikan contoh bagi kita. Hari ini adalah perjuangan untuk masa depan, masa depan adalah cita-cita.*

(Khalil Gibran)

? *“Jadilah seperti mata air yang jernih dan terus menerus mengalirkan air sejuk ke segala arah tanpa mengharap air itu kembali”*

(Abdullah Gymnastiar)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring doa dan puji syukur kehadiran Alloh SWT. Dan salawat serta salam selalu terlimpahkan terhadap nabi besar Muhammad SAW beserta sahabat-sahabatnya.

Skripsi ini kupersembahkan teruntuk :

1. Ayah dan bunda tercinta yang tak pernah berhenti memberiku nasehat, doa, semangat dan kasih sayang.
2. Saudaraku tersayang yang membuat hidupku semakin berarti
3. Seseorang yang kelak menjadi pendamping hidupku
4. Almamaterku, yang InsyaAlloh mengawali kesuksesanku.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *personal selling* dan periklanan terhadap volume penjualan. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari data biaya *personal selling*, biaya periklanan serta volume penjualan selama tahun 1999 sampai dengan 2008.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji normalitas, uji asumsi klasik yang meliputi heteroskedastisitas, multikolinieritas dan autokorelasi serta analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan R^2 (koefisien determinasi).

Dilihat dari hasil uji normalitas diperoleh kesimpulan bahwa data tergolong berdistribusi normal karena nilai signifikan yang dihasilkan sebesar $0,463 > 0,05$. Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dan tidak terdapat masalah autokorelasi. Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh kesimpulan (1) Uji signifikansi pengaruh secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini dibuktikan dari perhitungan uji t dimana nilai signifikansi (0,040) kurang dari α (0,05). Variabel periklanan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini dibuktikan dari perhitungan uji t dimana nilai signifikansi (0,010) kurang dari α (0,05). (2) Uji signifikansi pengaruh secara bersama-sama menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *personal selling* dan periklanan terhadap volume penjualan. Hal ini dibuktikan dari perhitungan uji F dimana F_{hitung} sebesar 67,028 dengan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α (0,05). (3) Koefisien determinasi (adjusted R-square) adalah sebesar 0.936. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (*personal Selling* dan periklanan) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap volume penjualan sebesar 93,6 %. Sedangkan sisanya sekitar 6,4 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Sesungguhnya hanya karena Allah SWT, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Variabel *Promotional Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Danliris di Sukoharjo“ ini merupakan tugas akhir yang disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah. SWT atas segala rahmat, hidayah, bimbingan, petunjuk, dan cinta kasih-Mu yang tak henti-hentinya Kau limpahkan padaku
2. Rosululloh Muhammad. SAW, suritauladanku
3. Bapak Drs. Syamudin, MM selaku Dekan dan Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku ketua jurusan Manajemen yang telah memberikan ijin penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. M. Nasir, MM selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

6. Ibu Dian Koernia Rahmawati selaku bagian personalia PT. Danliris Sukoharjo yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian
7. Bapak dan Mama tercinta yang telah memberikan perhatian, kesempatan, biaya, dorongan dan dukungan doa, semoga jerih payahku selama ini sesuai dengan apa yang engkau harapkan.
8. Teman-temanku seperjuangan (makasih atas kebersamaan dan infonya)
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan baik penulisan maupun penyajian. Untuk saran dan kritik yang bersifat membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini menjadi awal perjalanan hidup yang lebih baik bagi penulis. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, Desember 2009

Penulis

Hermawan Setyadi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	2
C. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Sistematika Penulisan.....	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Konsep Pemasaran	7

C. <i>Marketing Mix</i>	10
D. Komunikasi Pemasaran dan Promosi.....	12
E. <i>Promotional Mix</i>	13
F. Tujuan <i>Promotional Mix</i>	16
G. Faktor yang Mempengaruhi <i>Promotional Mix</i>	17
H. Hubungan Promosi dan Penjualan.....	20
I. Faktor yang mempengaruhi penjualan.....	21
J. Penelitian Terdahulu	22
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Kerangka Pemikiran.....	24
B. Hipotesis	25
C. Data dan Sumber data.....	26
D. Metode Pengumpulan Data	26
E. Metode Analisis Data	27
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	34
B. Lokasi Perusahaan.....	36
C. Struktur Organisasi Perusahaan	37
D. Personalia	44
E. Proses Produksi	49
F. Pemasaran.....	57
G. Data dan Analisis Data.....	59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	72
B. Keterbatasan Penelitian.....	73
C. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 Jumlah Tenaga Kerja PT. Danliris	45
Tabel IV.2 Daftar Jam Kerja Karyawan PT. Danliris.....	46
Tabel IV.3 Data <i>Personal Selling</i> PT. Danliris	59
Tabel IV.4 Data Periklanan PT.Danliris	61
Tabel IV.5 Data Volume Penjualan PT. Danliris	62
Tabel IV.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65
Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel IV.8 Uji Durbin-Watson.....	66
Tabel IV.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68
Tabel IV.10 Nilai t_{hitung} dan signifikansinya	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Danliris	39
Gambar IV.2 Prosedur Analisis Control.....	53