

**Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Nilai
Penjualan Produk di PT. Delta Dunia Tekstil Kaling Tasikmadu
Karanganyar**



SKRIPSI

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

Oleh :

Sholikin

B 100070157

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
NILAI PENJUALAN PRODUK DI PT DELTA DUNIA TEKSTIL KALING
TASIKMADU KARANGANYAR**

Yang ditulis oleh Sholikin. NIM : B 100070157

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, juni 2011

Pembimbing Utama

(Drs. Sujadi, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs. Triyono SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **SHOLIKIN**
NIRM : **07. 6. 106. 02016. 50157**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP NILAI PENJUALAN
PRODUK DI PT. DELTA DUNIA TEKSTIL
KALING TASIKMADU KARANGANYAR**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,.....**JUNI 2011**.....

Yang membuat pernyataan,

SHOLIKIN

MOTTO

Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang bersungguh-sungguh. (Al-Baqarah : 45)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

- **Bapak, Ibu dan keluargaku tercinta**
- **Seseorang yang selama ini telah mengisi hatiku dengan cintanya**
- **Almamater**

KATAPENGANTAR



Dengan mengucap syukur alhamdulillah kehadiran ALLAH SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga terselesainya skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya penulis haturkan kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Sujadi, MM. selaku dosen pembimbing yang dengan arif memberikan bimbingan dan penghargaan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Nur Ahmad, SE. MSi. selaku pembimbing akademik yang selama ini selalu memberikan arahan-arahan dengan sabar.
4. Bapak Ihsan Nurudin, SE. selaku Kepala. Personalia PT DELTA DUNIA TEKSTIL yang telah membantu selama penelitian.

5. Bapak dan Ibundaku tercinta, *Bapak Diman dan Ibu Suparni* yang tak henti-hentinya membantu do'a, memberikan dorongan lahir batin dalam menjalani hidup ini. Kasih sayangmu tak kan pernah luntur ditelan waktu.
6. Keluarga besarku, Kakak dan Adikku tercinta terimakasih atas dukungannya.
7. Cintaku Nurul yang selama ini selalu menemaniku dalam susah dan senang, dan tak henti-hentinya memberikan *support* dan cintanya.
8. Sobatku Fandy Kethek'z , Eko ChodoQ, Ente Bahlul, Wagiman Pelung'Z, Ahong Fixie Comunity *Thanks for all & Keep Rock n' Roll Men.*
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan tidak menutup kemungkinan menerima kritikan yang membangun demi peningkatan pengetahuan yang penulis miliki.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan semoga ALLAH SWT berkenan meberikan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua dan selalu dalam lindunganNya. Amin.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	viii
ABSTRAKSI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	8
B. Bauran Pemasaran.....	11
C. Promosi.....	18
1. Pengertian Promosi.....	18
2. Promotional Mix.....	19
3. Tujuan Promosi.....	21
4. Bentuk-bentuk Promosi.....	22

a) Periklanan.....	22
b) Personal Selling.....	29
c) Publisitas.....	33
d) Promosi Penjualan.....	35
D. Penelitian Sebelumnya.....	39
E. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Kerangka Pemikiran.....	41
B. Sumber Data.....	42
C. Definisi Operasional.....	43
D. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	50
B. Analisis Data.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 4.1 Rekapitulasi Biaya Periklanan.....	68
Table 4.2 Rekapitulasi Biaya Promosi	69
Table 4.3 Hasil Pengujian Normalitas	70
Table 4.4 Hasil Uji Heteroskedestisitas	72
Table 4.5 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Delta Dunia Tekstil.....	54
Gambar 4.3 Proses Produksi.....	64

ABSTRAKSI

Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Nilai Penjualan Produk di PT Delta Dunia Tekstil Kaling Tasikmadu Karanganyar.

Sholikin B100070157

Dalam upaya meningkatkan *nilai penjualan* suatu produk, perusahaan harus mampu memasarkan produknya melalui kegiatan *promosi*. Diantaranya adalah dengan menggunakan kegiatan periklanan dan promosi penjualan.

Menganalisis *biaya periklanan* dan *biaya promosi penjualan* diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh keduanya terhadap nilai penjualan produk. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji statistik dapat diketahui besarnya pengaruh variable independent terhadap variable dependen. Variabel independent ditunjukkan oleh biaya periklanan (X_1) dan promosi penjualan (X_2), sedangkan variabel dependennya adalah nilai penjualan (Y).

Dari hasil analisis data diperoleh hasil dengan persamaan $Y = 5136460327,351 + 70,064 x_1 + 199,337 x_2 + e$. Untuk uji serentak diperoleh hasil $F_{hitung} = 266,319 > 19,00$ (F_{table}), dengan demikian secara serentak kedua variable independent mempunyai pengaruh terhadap nilai penjualan. Untuk uji t variable biaya promosi lebih dominan berpengaruh terhadap nilai penjualan dibandingkan variable biaya periklanan. t_{hitung} biaya promosi penjualan 7,061 dan t_{hitung} biaya periklanan 5,761 sedangkan t_{table} 4,30. 0,996, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (biaya periklanan dan biaya promosi penjualan) menjelaskan variasi nilai penjualan sebesar 99,6% dan sisanya 0,4% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

Kata Kunci : Biaya Periklanan, Biaya Promosi, Nilai Penjualan