

**PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA
PERCETAKAN WIDYA DUTA DI SURAKARTA**



SKRIPSI

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

Oleh:

**YAN ALDY KUSUMA
NIM. B 100 000 201**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PERCETAKAN WIDYA
DUTA DI SURAKARTA”**

Yang ditulis oleh :

YAN ALDY KUSUMA
NIM. B 100 000 201

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima :

Surakarta, 2012


(Drs. H. Syamsudin, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhamadiyah Surakarta





(DR. Triyono, SE., Ak., M.Si)

MOTTO

Diatas langit masih ada langit. Banyak kelebihan kita, masih banyak kita yang lebih dari kita. Banyaknya kekurangan kita, masih banyak yang lebih kurang dari kita

(Penulis)

Belajarlah karena seseorang tidak di lahirkan dalam keadaan pandai dan pemilik ilmu itu tidak sama dengan orang yang bodoh

(Penulis)

Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan.

(QS. Al-Issyirah: 16)

PERSEMBAHAN

Atas waktu yang telah mengeluarkan banyak manka,
serta cinta yang telah singgah di setiap jiwa.

Kupersembahkan karya kecilku ini untuk :

1. Ayah dan ibu sebagai bukti atas pengorbanannya,
jerih payah, dan takkan pernah kering akan do'a dan
kasih sayangnya.
2. Kakak-adikku yang baik hati
3. Sahabat-sahabatku
4. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT dan salam semoga tercurah kepada Rasulullah SAW, Sahabat, Tabi'in, Tabiuttabiin dan orang-orang yang senantiasa mengikuti sunnah beliau. Atas segala limpahan anugerah, karunia, rahmat, dan inayah Allah SWT. Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PERCETAKAN WIDYA DUTA DI SURAKARTA".

Penyusunan skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan akademis dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun penulis telah berusaha semaksimal mungkin. Penulis juga menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan dan kerja sama yang baik dari berbagai pihak, penulis tidak akan bisa mewujudkan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan bimbingan, saran, serta masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, serta masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Zumairi selaku pimpinan Widya Duta di Surakarta yang telah memberikan ijin penelitian dan membantu penulis selama penelitian berlangsung.
5. Seluruh karyawan Widya Duta di Surakarta yang juga banyak membantu penulis selama penelitian.
6. Bapak dan Ibu yang tercinta. Terima kasih atas doa, nasihat serta kasih sayang dan cinta kalian yang selama ini menyertaiku, sehingga aku memperoleh keberhasilan.

Semoga segala kebaikan yang diberikan kepada penulis diterima oleh Allah SWT serta diberikan balasan atas amal perbuatannya. Mudah-mudahan skrip ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan. Amien Ya Robbal Alamien.

Surakarta, September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Sistematika Penulisan Skripsi	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Pengertian Promosi	11
C. Periklanan.....	13
D. Promosi Penjualan	19

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Data dan Analisa Data.....	54
B. Pengujian Instrumen Penelitian	58
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
2. Uji Hipotesis.....	62
a. Analisa Regresi Berganda	62
b. Uji t.....	63
c. Uji F	71
d. Koefisien Determinasi (R^2).....	73
C. Pembahasan	73
BAB V. PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Keterbatasan Penelitian	76
C. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ABSTRAKSI

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Apakah periklanan dan promosi penjualan berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan pada percetakan Widya Duta di Surakarta. 2) Faktor mana yang paling dominan antara periklanan dan promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan pada percetakan Widya Duta di Surakarta.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut : Hipotesis pertama (H_{a1}) yang menyatakan bahwa “Diduga periklanan dan Promosi Penjualan berpengaruh terhadap volume penjualan pada percetakan Widya Duta di Surakarta, terbukti kebenarannya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas thitung untuk variabel periklanan sebesar 0,000 dan promosi penjualan sebesar 0,023 ($p < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa periklanan dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hipotesis kedua (H_{a2}) yang menyatakan bahwa “Diduga periklanan merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap volume penjualan”, terbukti kebenarannya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien Beta variabel periklanan yang lebih besar dari variabel promosi penjualan yaitu sebesar 0,542, sedangkan untuk variabel promosi penjualan sebesar 0,311.

Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 17,348 dan F_{tabel} (2, 33) sebesar 3,32, maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara periklanan (X_1) dan promosi penjualan (X_2) secara bersama-sama terhadap volume penjualan.

Kata Kunci : Periklanan, promosi penjualan dan volume penjualan