

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PADA CV. ROWN DIVISION SURAKARTA**



SKRIPSI

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

Oleh:

NICO ANDREW PRADANA
B 100 090 227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA CV.
ROWN DIVISION SURAKARTA**

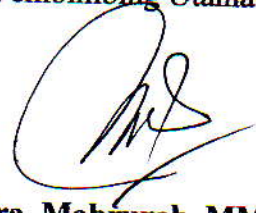
Yang ditulis oleh

NICO ANDREW PRADANA
B 100 090 227

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, April 2014

Pembimbing Utama



Dra. Mabruroh, MM

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. 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 : NICO ANDREW PRADANA
NIRM : 09.6.106.02016.50227
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA CV.
ROWN DIVISION SURAKARTA

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, APRIL 2014

Yang membuat pernyataan,

NICO ANDREW PRADANA

MOTTO

*Jangan ubah mimpimu ketika kamu gagal meraihnya,
akan tetapi ubahlah cara meraihnya.
Dan bukan sejauh mana kita mampu bermimpi,
akan tetapi sejauh mana kita berusaha mewujudkannya.
(Kata Bijak)*

*Setiap orang punya jatah gagal.
Habiskan jatah gagal mu ketika kamu masih muda.
(Dahlan Iskan)*

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

- Robbul ‘alamin, Allah SWT.
- Ayah dan Bunda tercinta yang telah merawat dan membesarkanku dengan kasih sayang dan kesabarannya.
- Adik tercinta yang selalu mendukungku, dan memberikanku semangat.
- Almamaterku

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah, rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Dalam menyusun skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak untuk itu dengan kerendahan hati penulis menghaturkan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Setyawan, M.Si, selaku Ketua Jurusan yang telah banyak memberikan petunjuk dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Widojono, M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa kuliah di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Dra. Mabruroh, MM selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal, ilmu, bimbingan, dan membantu kelancaran penulis selama studi.
6. Bapak pimpinan CV. Rown Division Surakarta yang telah memberikan ijin untuk penelitian.

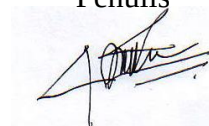
7. Ayah dan Ibu yang telah memberikan motivasi dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2009 Kelas G dan H Jurusan Manajemen.
9. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan dukungan, dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Harapan penulis, semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi perkembangan ilmu manajemen, maka penulis dengan senang menerima kritik serta saran yang sifatnya membangun dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, April 2014

Penulis



Nico Andrew Pradana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	6
B. Kerangka Teori	8
1. Pengertian Promosi.....	8
2. Tujuan Promosi	8
3. Bentuk-bentuk Promosi	9

	a. Periklanan	9
	b. Personal Selling	15
	c. Promosi Penjualan	22
	d. Publisitas	27
	4. Volume Penjualan	30
BAB	III	METODOLOGI PENELITIAN
	A. Kerangka Pemikiran	36
	B. Definisi Operasional Variabel	37
	C. Hipotesa	38
	D. Ruang Lingkup	39
	1. Ruang Lingkup Penelitian	39
	2. Populasi dan Sampel Penelitian	40
	3. Data dan Sumber Data	40
	4. Metode Pengumpulan Data	41
	E. Metode Analisis Data	42
BAB	IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
	A. Gambaran Umum CV. Rown Division	48
	1. Sejarah dan Perkembangan	48
	2. Visi dan Misi	49
	3. Hasil Produk	49
	4. Jangkauan Distribusi	50
	5. Target Pemasaran	51
	6. Sistem Kerjasama Distribusi Rown Clothing Company	51
	B. Analisis Data	52

	1. Deskriptif Data	52
	2. Uji Hipotesis	53
	C. Pembahasan	65
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	71
	B. Keterbatasan Penelitian	72
	C. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 Deskripsi Data	52
Tabel IV.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel IV.3 Hasil Uji t (Parsial)	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel III.1 Kerangka Pemikiran	36

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui: Pengaruh biaya promosi yang terdiri dari biaya periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas terhadap peningkatan volume penjualan. Pengaruh promosi yang terdiri dari biaya periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas secara parsial terhadap peningkatan volume penjualan. Pengaruh promosi yang terdiri dari biaya periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas secara simultan terhadap peningkatan volume penjualan. Diantara variabel-variabel promosi, yang terdiri dari biaya periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas manakah yang berpengaruh dominan terhadap peningkatan volume penjualan pada CV. Rown Division. Penelitian dilakukan di CV. Rown Division Surakarta di Jl. Adi Soepto No. 1 Manahan, Banjarsari. Data diperoleh data sekunder, yaitu data laporan keuangan bagian promosi periode tahun 2010. Sampel adalah data laporan keuangan yang berjumlah 12 data mulai Januari – Desember 2012. Metode analisis menggunakan: Uji regresi linear berganda, Uji hipotesis, yaitu uji t, uji F dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan: Hasil uji regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien regresi positif, sehingga disimpulkan jika biaya periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas dinaikkan maka menaikkan volume penjualan. Hasil uji t menunjukkan: Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial biaya periklanan terhadap volume penjualan, dibuktikan nilai t_{hitung} sebesar 3,003 dan signifikansi sebesar 0,020. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial biaya promosi penjualan terhadap volume penjualan, dibuktikan nilai t_{hitung} sebesar 2,615 dan signifikansi sebesar 0,035. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial biaya personal selling terhadap volume penjualan, dibuktikan nilai t_{hitung} sebesar 6,022 dan signifikansi sebesar 0,001. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial biaya publisitas terhadap volume penjualan, dibuktikan nilai t_{hitung} sebesar 3,511 dan signifikansi sebesar 0,010. Hasil uji F diperoleh bahwa biaya periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, dibuktikan diperolehnya nilai $F_{hitung} = 222,094$ dan signifikansi 0,000. Variabel biaya personal selling merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap volume penjualan.

Kata Kunci: biaya promosi, periklanan, promosi penjualan, personal selling, volume penjualan.