

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN MOBIL TOYOTA KIJANG DI NASMOCO SOLO
BARU**



SKRIPSI

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

Oleh:

MUHAMMAD RIFQI MUSYALLI

B 100 130 228

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

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

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN MOBIL TOYOTA KIJANG DI NASMOCO SOLO BARU

Yang disusun oleh :


MUHAMMAD RIFQI MUSYALLI

B 100 130 228

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 20 Oktober 2018

Pembimbing

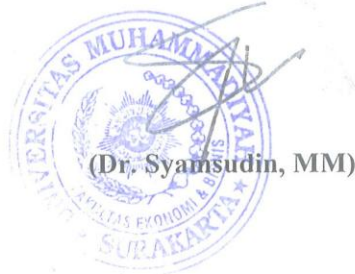


(Drs. Wiyadi, MM, Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, MM)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
MOBIL TOYOTA KIJANG DI NASMOCO SOLO BARU**

Yang ditulis oleh :

MUHAMMAD RIFQI MUSYALLI

B 100 130 228

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 20 Oktober 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji :

1. Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D
(Ketua dewan penguji)
2. Drs Wiyadi MM, Ph.D
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Imron Rosyadi SE, M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)


(.....)


(.....)


(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHAMMAD RIFQI MUSYALLI
NIRM : 13.6.106.02016.500228
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN MOBIL TOYOTA
KIJANG DI NASMOCO SOLO BARU**

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, 20 Oktober 2018

Yang Membuat Pernyataan,

MUHAMMAD RIFQI MUSYALLI

B 100 130 228

MOTTO

“Jika kita benar menginginkan sesuatu, kamu akan menemukan caranya. Namun jika tak serius, kita hanya akan menemukan alasan.”-Jim Rohn

“sukses bukanlah final, kegagalan tak terlalu fatal. Keberanian untuk melanjutkannya lah yang lebih penting.”-Winston S. Churchill

“Don't be afraid to dream, because the future starts from there. But don't just dream. You must try to make it happen”, jangan takut untuk bermimpi, karena masa depan berawal dari situ. Namun jangan hanya sekedar mimpi. Kamu mesti berusaha untuk mewujudkannya.

“Man Jadda Wajada” barang siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan mendapatkan hasil.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan nikmat karunianya hingga terselesaikan skripsi ini, kupersembahkan untuk :

- **ALLAH SWT** yang telah memberikan hidup dan memegang kematian setiap mahluk, tanpaNya tulisan ini tiada makna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua. Amin.
- **Rasulullah SAW** semoga sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
- **Bapak dan Ibuku Tercinta** yang telah memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, dukungan dan kebahagiaan yang begitu indah dalam hidupku
- **Adikku** yang telah memberikan semangat dan dukungan untukku
- **Sahabat-sahabatku** terima kasih atas semangat, motivasi, perhatian, kasih sayang, canda tawa, arti kebersamaan selama ini. Semoga kelak kita selalu bisa menjaga tali silaturahmi pertemanan dan persahabatan sampai kita tua nanti.
- **Pacar** yang selalu mensupport dan mendukung penulis dikala jenuh dengan revisi, terima kasih atas doa, waktu, usaha, semangat dan motivasi yang tiada henti.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh periklanan terhadap volume penjualan. Menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh promosi penjualan terhadap volume penjualan. Menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh *personal selling* terhadap volume penjualan. Sedangkan data dan sumber data yaitu data triwulanan dari tahun 2010 s/d 2017, yaitu biaya iklan cetak, brosur dan papan iklan, hadiah, pameran, cashback dan hasil penjualan. Berdasarkan hasil penelitian ini variabel periklanan tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Berarti hipotesis pertama tidak terbukti kebenarannya, artinya semakin tinggi biaya periklanan maka semakin tinggi hasil yang dicapai. Variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Berarti hipotesis kedua terbukti kebenarannya. artinya semakin tinggi nilai setiap promosi penjualan terhadap volume penjualan, maka semakin tinggi volume penjualan. Variabel *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan. Berarti hipotesis ketiga terbukti kebenarannya, artinya semakin tinggi biaya personal selling, maka semakin tinggi hasil yang dicapai. Variasi perubahan volume penjualan pada penelitian ini bisa dijelaskan oleh variabel Periklanan, Promosi Penjualan, dan *Personal Selling* sebesar 40,1%. Sedangkan sisanya sebesar 59,9% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata Kunci : Periklanan, Promosi Penjualan, *Personal Selling* dan Volume Penjualan

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze and prove empirically the influence of advertising on sales volume. Analyze and prove empirically the effect of sales promotion on sales volume. Analyze and prove empirically the effect of personal selling on sales volume. While data and data sources are quarterly data from 2010 to 2017, namely the cost of print advertising, brochures and advertising boards, prizes, exhibitions, cashback and sales results. Based on the results of this study, advertising variables have no significant effect on sales volume. Means that the first hypothesis is not proven true, meaning that the higher the advertising costs, the higher the results achieved. Sales promotion variables have a significant effect on sales volume. Means the second hypothesis is proven to be true. meaning that the higher the value of each sales promotion on sales volume, the higher the sales volume. Personal selling variables have a significant effect on sales volume. Means the third hypothesis is proven true, meaning that the higher the cost of personal selling, the higher the results achieved. Variations in changes in sales volume in this study can be explained by the variables of Advertising, Sales Promotion, and Personal Selling by 40.1%. While the remaining 59.9% is explained by other variables.

Keywords: Advertising, Sales Promotion, Personal Selling and Sales Volume

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Syukur alhamdulillah penulis junjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat hidayahNya serta memberikan kekuatan, ketabahan, kemudahan dan kedamaian berfikir dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN MOBIL TOYOTA KIJANG DI NASMOCO SOLO BARU“** dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan skripsi ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, bimbingan, petunjuk, ridho, dan kasih sayangmu yang takhenti-hentinya ngkau limpahkan kepadaku.
2. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Syamsyudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Imronudin, SE, MS.i Ph.D selaku ketua program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Drs. Wiyadi, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan tulus dan sabar telah memberikan banyak arahan, masukan, waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa study.
7. Seluruh staf karyawan di Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kelancaran proses administrasi maupun informasi selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibuku tercinta (Bp Muhamad Syahid dan Ibu Puldiah Maili) yang dengan kasih sayangnya, cintanya, dukungan dan serta kebahagiaan yang indah dan tidak pernah putus memberikan doa, materi, dan motivasi.
9. Adikku yang selalu mensupport agar cepat wisuda, cepat kerja, terima kasih adikku M Tri Wahyu Nugroho.
10. Buat Pacarku Rizky Shelawati terimakasih untuk semangat, waktu, motivasi dan supportnya agar segera menyelesaikan skripsi ini dan agar cepat bekerja, terima kasih untuk dukungannya sayang.
11. Untuk teman-teman kontrakan squat Ibnu Afwan, Febry, Ilham R, Ilham P, Helmi, Danang, Aris, Eko, Haris, Galang, Puthut dan Mbak Hayuk yang sudah

seperti keluarga, yang telah memberikan semangat dan kebersamaan, semoga silaturahmi ini tetap terjaga sampai tua nanti.

12. Untuk sahabatku Rossi, Miken, mbak Mimie, mbak Manda, mas Yusman, dan yang lainnya terima kasih sudah selalu mendukung, memberikan semangat agar penulis bisa menyelesaikan skripsi.
13. Untuk teman-teman mantan kelas F yang udah penulis anggap seperti keluarga, yang selalu memberikan support dikala revisi semoga selalu berkomunikasi sampai tua nanti.
14. Buat HEMA Manajemen terima kasih sudah membimbing dan mengajarkan arti berorganisasi.
15. Teman-teman Manajemen jurusan Pemasaran angkatan 2013 yang saling memotivasi dan memberikan semangat selama menimba ilmu di UMS.
16. Untuk almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, terima kasih mengijinkanku berkembang dan menjadi seseorang yang lebih baik, untuk segala kenangan, untuk ilmu pendidikan yang telah kau beri.

Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas dukungannya dan bantuannya yang tulus serta doa yang diberikan penulis selama ini demi kelancaran dalam pembuatan skripsi ini. Akhirnya pada ALLAH SWT semua amal baik tersebut penulis kembalikan, semoga ALLAH SWT membalas semua kebaikan mereka yang telah diberikan kepada penulis baik moril maupun materil dengan balasan yang berlipat ganda.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 03 November 2018

Penulis

MUHAMMAD RIFQI MUSYALLI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistem Penulisan.....	6

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	8
	A. Volume Penjualan	8
	B. Bauran Promosi	10
	C. Penelitian Terdahulu.....	13
	D. Hipotesis.....	16
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	19
	A. Kerangka Pemikiran	19
	B. Data Dan Sumber Data.....	20
	C. Metode Pengumpulan Data	20
	D. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	20
	E. Uji Asumsi Klasik	21
	F. Uji Hipotesis.....	23
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	28
	A. Gambaran Umum Perusahaan	28
	1. Sejarah Berdiri Perusahaan.....	28
	2. Lokasi dan Bidang Usaha.....	29
	3. Visi dan Misi Perusahaan	31
	4. Tugas dan Fungsi Perusahaan	33
	5. Struktur Organisasi.....	34
	6. Tugas dan Fungsi Jabatan.....	35
	7. Kondisi Umum Perusahaan	38

B. Analisis Data	39
1. Uji Asumsi Klasik	39
2. Uji Hipotesis	42
C. Pembahasan	46
BAB V PENUTUP	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Autokorelasi	41
Tabel 4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	19
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Laporan Penjualan
Lampiran 2	Uji Normalitas
Lampiran 3	Uji Multikolinearitas
Lampiran 4	Uji Heteroskedatisitas
Lampiran 5	Uji Autokorelasi
Lampiran 6	Uji Regresi Linier Berganda
Lampiran 7	Tabel Distribusi t
Lampiran 8	Tabel Distribusi F