

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH PERIKLANAN DAN PERSONAL SELLING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PUPUK PADA KUD SAMBI BOYOLALI”

Yang disusun oleh:

Nama : **RULI TRINA APRILIA**

NIM : B 100 030 038

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Februari 2007
Pembimbing Utama

(Drs. M. NASIR, MM)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs. H. SYAMSUDIN, MM)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh periklanan dan personal selling terhadap peningkatan volume penjualan pupuk pada KUD Sambi. Selanjutnya hipotesis dari penelitian ini yaitu diduga terdapat pengaruh antara periklanan dan personal selling terhadap peningkatan volume penjualan pupuk pada KUD Sambi dan diduga periklanan mempunyai pengaruh paling besar terhadap peningkatan volume penjualan pupuk pada KUD Sambi.

Untuk menguji hipotesis di atas dilakukan dengan menggunakan alat analisis berupa analisis regresi berganda, uji statistik meliputi uji t dan uji F dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 56.000.000 + 291,667X_1 + 10,172X_2$$

Dari persamaan tersebut berarti volume penjualan dipengaruhi oleh biaya periklanan dan biaya personal selling

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa biaya periklanan dan biaya personal selling mempunyai pengaruh secara persial terhadap peningkatan volume penjualan. Nilai t_{hitung} untuk biaya periklanan sebesar 4,094 dan untuk personal selling sebesar 2,465

Hasil uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,047 > 5,32$) artinya biaya periklanan dan biaya personal selling mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap peningkatan volume penjualan.

Sedangkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan 73,4% variasi variabel peningkatan volume penjualan dijelaskan oleh variabel biaya periklanan dan personal selling. Sisanya sebesar 26,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

Berdasarkan hasil analisis data tersebut maka hipotesis yang mengutamakan ada pengaruh antara periklanan dan personal selling terhadap peningkatan volume penjualan pupuk pada KUD Sambi terbukti kebenarannya. Sedangkan variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap peningkatan volume penjualan pupuk pada KUD Sambi adalah periklanan terbukti kebenarannya.

MOTTO

“Hendaklah kamu saling berlaku jujur dalam ilmu pengetahuan dan jangan saling merahasiakannya, sesungguhnya berkhianat dalam ilmu pengetahuan lebih berat akibatnya daripada berkhianat dalam harta.”

(HR. Abu Na'im)

“Ilmu adalah barang buruan, tulisan adalah talinya, oleh karena itu, ikatlah barang buruanmu dengan tali yang kukuh.”

(Imam Syafi'i)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Bapak dan Ibu tercinta
2. Kakak-kakak tercinta serta segenap saudara-saudara maupun teman-teman dimanapun berada.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah pemilik dari seluruh ilmu pengetahuan, sholawat dan salam bagi junjungan besar Nabi Muhammad SAW. Atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH PERIKLANAN DAN PERSONAL SELLING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PUPUK PADA KUD SAMBI BOYOLALI”. Sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar kesarjanaan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penelitian ini penulis menyadari sepenuhnya keterbatasan dan kekurangan yang ada, serta penulis menyadari betul bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan dan dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu sudah sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kemudahan prosedur dalam proses pembuatan skripsi ini,
2. Bapak Drs. Agus Muqorrobin, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kesempatan dan izin menyusun skripsi ini,
3. Bapak Drs. M. Nasir, MM., selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta pikirannya, dengan kesabarannya membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini,

4. Ibu Feresthi Nurdiana D, SE., selaku Pembimbing Akademik beserta seluruh Staf Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis kuliah,
5. Bapak H. Kastadi selaku Ketua KUD Sambi Boyolali yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di KUD Sambi,
6. Bapak Iswadi selaku Manajer KUD Sambi Boyolali dan karyawannya yang telah membantu penulis dalam memperoleh data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini,
7. Keluargaku (Bapak, Ibu, Mas Roni dan Mas Sendi) yang selalu memberikan dukungan do'a dan nasehat pada penulis serta memberikan masukan pada penulis mengenai skripsi ini,
8. Rekan-rekan mahasiswa dan teman-teman terdekat penulis, yang telah banyak membantu dan selalu memberi dorongan semangatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, saran serta kritik yang sifatnya konstruktif sangat penulis harapkan dari semua pihak.

Akhir kata, harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Surakarta, Februari 2007
Penulis

(Ruli Trina Aprilia)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN ABSTRAKSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematikan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Konsep Pemasaran	7
C. Promosi	10
1. Pengertian Promosi	10
2. Persyaratan Dalam Melaksanakan Kegiatan Promosi	11

3. Tujuan Diadakan Promosi	13
4. Pengaruh Promosi	14
D. Promotional Mix	14
1. Periklanan	14
a) Pengertian Periklanan	14
b) Fungsi Periklanan	15
c) Tujuan Periklanan	15
d) Macam Periklanan	16
2. Personal Selling	17
a) Pengertian Personal Selling	17
b) Tujuan Personal Selling	18
c) Macam Kegiatan Personal Selling	18
3. Promosi Penjualan	20
a) Pengertian Promosi Penjualan	20
b) Tujuan Promosi Penjualan	21
c) Macam Kegiatan Promosi Penjualan	21
4. Publisitas	22
a) Pengertian Publisitas	22
b) Keuntungan Publisitas	23
c) Bentuk Publisitas	23
E. Volume Penjualan	24
1. Pengertian Penjualan	24
2. Tujuan Penjualan	24

3. Faktor-faktor Kegiatan Penjualan	25
F. Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Kerangka Penelitian	29
B. Hipotesa	30
C. Metode Pengumpulan Data	30
D. Metode Analisis Data	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Koperasi Unit Desa (KUD) Sambi	36
B. Susunan Pengurus dan Struktur Organisasi	38
C. Unit Usaha	45
D. Penyajian Data	47
E. Analisis Data	50
1. Analisis Regresi Berganda	51
2. Uji T	52
3. Uji F	55
4. Koefisien Determinasi (R^2)	56
F. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Keterbatasan Penelitian	60
C. Saran-Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi KUD Sambi	40

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.2 Biaya Periklanan KUD Sambu Tahun 1996 – 2005	48
Tabel 4.3 Biaya Personal Selling KUD Sambu Tahun 1996 – 2005	48
Tabel 4.4 Volume Penjualan Pupuk KUD Sambu Tahun 1996 – 2005	49



**KOPERASI UNIT DESA (KUD)
KECAMATAN SAMBI**

BH. No : 8746.B/BH/PAD/KWK.II/96. TGL : 31-10-1996
Alamat : Tempursari Sambu Boyolali

SURAT KETERANGAN

No. 29/KUD/SB/XI/2006

Yang bertanda tangan di bawah ini, Pengurus KUD Sambu Boyolali menerangkan bahwa :

Nama : **Ruli Trina Aprilia**
N I M : B. 100 030 038
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Program : Strata I
Alamat : Babadan RT.02/V Nglembu, Sambu, Boyolali

Bahwa yang bersangkutan tersebut di atas telah melaksanakan penelitian di Kanto KUD Sambu.

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya dan diharapkan pada pihak-pihak yang berkepentingan maklum adanya.

Koperasi Unit Desa Sambu
KETUA

H. KASTADI

LAMPIRAN