

**PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA KOPERASI  
PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI) GARUDA KEC.  
NGRAMPAL KAB. SRAGEN**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**ARTIEKA AGE**  
**B 100 090 208**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2014**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**“PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA KOPERASI  
PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI) GARUDA**

**KEC. NGRAMPAL KAB. SRAGEN”**

Yang ditulis oleh :

**Nama : ARTIEKA AGE**

**NIM : B 100 090 208**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2014

Pembimbing



**(Drs. Widoyono, MM)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. Triyono, S.E., 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 : **ARTIEKA AGE**  
NIRM : **B 100 090 208**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **PENGARUH PERIKLANNAN DAN PROMOSI  
PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN PADA KOPERASI  
PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI)  
GARUDA KEC. NGRAMPAL KAB. SRAGEN**

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, Januari 2014

Yang membuat pernyataan,

**ARTIEKA AGE**

## **MOTTO**

*“Jika ingin mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia carilah ilmu dunia, jika ingin bahagia di Akhirat bekalilah dirimu dengan ilmu akhirat. **Namun, jika ingin meraih keduanya, maka carilah ilmu dunia dan akhirat”***

(Al. Hadist)

*“Berpikir positif dalam menghadapi masalah dan berpikir kreatif dalam mengatasi masalah”*

(Anonim)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Karya ini kami persembahkan untuk :*

- 1. Bapak Agus Sunarko, S. Pd dan Ibu Sumiyati selaku kedua orang tua kami yang tersayang.*
- 2. Afifah Army Age, adik kami yang tercinta.*
- 3. Keluarga besar kami, terima kasih atas dukungan dan nasehatnya.*
- 4. Teman-teman kami seperjuangan.*
- 5. Pihak-pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi kami yang belum bisa disebutkan.*

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dengan memanjatkan puji syukur atas segala limpahan rahmat dan karunia dari Tuhan Yang Maha Kuasa, sehingga Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA KOPERASI PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI) GARUDA KEC. NGRAMPAL KAB. SRAGEN”**. Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dari awal penulisan usulan maupun pelaksanaan penulisan sampai dengan selesainya penulisan Skripsi ini, Penulis banyak menemui kendala maupun hambatan. Namun, berkat bimbingan, bantuan maupun dorongan dari berbagai pihak alhamdulillah semua dapat teratasi dengan baik. Oleh karena itu, melalui penulisan Skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, S.E.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Drs. Widoyono, M.M., selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran serta kebijaksanaan dari awal sampai akhir.
4. Ibu Zulfa Irawati, S.E.,M.Si., selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan masukan, bimbingan dan nasehat yang baik bagi masa depan.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan ilmu kehidupan yang luar biasa hebatnya tanpa ada rasa pamrih sedikitpun.
7. Adikku tersayang yang selalu mendukung dan memberi semangat mengarungi kehidupan.
8. Semua sahabat dan teman-teman di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang selalu membantu dalam kesulitan.
9. Pihak-pihak lain yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini belum dapat mencapai tingkat kesempurnaan yang diharapkan. Namun, penulis telah berusaha secara maksimal untuk menyajikan data maupun kajian dalam penulisan Skripsi ini. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri, pembaca maupun bagi pengembang ilmu pengetahuan.



Apabila ada kesalahan penulisan Skripsi ini, kami mohon maaf sebesar-besarnya karena di dunia ini tidak ada yang sempurna kecuali milik-Nya. Akhir kata,

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Surakarta, Januari 2014  
Penulis



**ARTIEKA AGE**



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAKSI .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
F. Sistematika Skripsi .....	4
BAB II LANDASAN TEORI .....	6
A. Pemasaran.....	6
B. Koperasi .....	18
C. Sistem Pemasaran Koperasi .....	22
D. Hubungan Promosi, Periklanan, dan Volume Penjualan .....	27
E. Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	30
A. Metode Penelitian .....	30
B. Analisis Data .....	33

BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
	A. Metode Analisa Data .....	36
	B. Pembahasan .....	43
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	46
	A. Kesimpulan.....	46
	B. Saran .....	47
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Volume penjualan, Biaya Periklanan dan Biaya Promosi Tahun 2012 (per 12 Bulan) .....	36
Tabel 4.2 Biaya Promosi dan Jumlah Penjualan Tahun 2012.....	37
Tabel 4.3 Besarnya Koefisien Regresi dan Standard Error Masing-masing Variabel .....	38

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	24
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran .....	30
Gambar 4.1 Uji t Pengaruh Periklanan terhadap Penjualan .....	40
Gambar 4.2 Uji t Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Penjualan .....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Hasil Olah Data

## ABSTRAKSI

Kegiatan promosi yang tepat dimana dapat menekan biaya yang serendah-rendahnya serta mampu menggunakan beberapa alternatif promosi dalam rangka mengenalkan produk serta manfaatnya kepada anggota dan masyarakat umum, disamping tentunya meningkatkan volume penjualan serta laba koperasi. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh biaya periklanan dan biaya promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan KPRI Garuda serta pengaruh paling dominan dari keduanya dalam mempengaruhi volume penjualan KPRI Garuda Ngrampal Sragen.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan sampel yang diteliti adalah biaya periklanan, biaya promosi, dan volume penjualan koperasi selama satu tahun yaitu tahun 2012. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya periklanan dan biaya promosi penjualan terhadap volume penjualan selanjutnya di analisis dengan regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan pengujian regresi estimasi dalam pengukurannya terhadap volume penjualan koperasi KPRI Ngrampal Sragen didapatkan persamaan regresi:

$$Y = 20621991,765 + 17.089X_1 + 145.146X_2$$

Hasil penelitian terbukti bahwa: 1) Berdasarkan analisis uji t dapat diketahui bahwa variabel periklanan ( $X_1$ ) mempunyai nilai thitung sebesar 1.461 < ttabel (2,20), sehingga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan untuk variabel promosi penjualan ( $X_2$ ) mempunyai nilai thitung sebesar 6.908 > ttabel (2,20), sehingga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan, 2) Periklanan dan promosi penjualan secara bersama-sama mempunyai hubungan signifikan terhadap volume penjualan terbukti dengan Uji F. dimana Fhitung sebesar 17,327 > Ftabel (4,26), dan 3) Koefisien determinan untuk kontribusi variabel dependent terhadap independent sebesar sebesar 36,9% sedangkan sisanya sebesar 63,1% (100-36,9%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Sedangkan promosi penjualan paling dominan berpengaruh terhadap variabel volume penjualan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai thitung yang paling besar yaitu 6.908.

Kata Kunci: biaya periklanan, biaya promosi penjualan, volume penjualan, koperasi.