

**ANALISIS PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA UD. SABAR MOTOR
SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas
Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

FAHRUR ROZI

NIM : B. 100 020 475

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2007**

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

**“ANALISIS PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA UD. SABAR MOTOR SURAKARTA”**

Yang ditulis oleh:

FAHRUR ROZI

NIM : B. 100 020 475

Penanda tangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juni 2006

Pembimbing

(Much Natsir, MM)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs. Syamsuddin, MM)

MOTTO

*"Jalani hari-harimu semaksimal mungkin,
Dapatkan yang terbaik dari tiap jam, tiap hari, dan tiap umur hidupmu.
Lalu kamu bisa menatap ke depan dengan penuh percaya diri,
dan menoleh ke belakang tanpa rasa sesal".*

*"Untuk mendapatkan kesuksesan sejati tingkatkan kecerdasanmu
Dengan belajar; perluas lingkup pergaulanmu; jelajahi dunia baru lewat
Olahraga dan berbagai kesibukan".*

(Ran Herron & Van J. Peter)

*"Dzikir menjadikan orang berhasrat melakukan pengembaraan rohani, dan masuk
kedalam golongan orang-orang yang sedang menempuh tarekat"*

(Jalaluddin Rumi)

*"Dengan Ilmu Hidup Menjadi Mudah, Dengan Seni Hidup Jadi Indah, Dan
Dengan Agama Hidup Jadi Lebih Berarti"*

(Mukti Ali)

*"Kau Memperoleh Kekuatan, Keberanian, Dan Rasa Percaya Diri Setiap Pengalaman
Yang Membuatmu Berhenti Sejenak Untuk Menghadapi Rasa Takutmoe.*

*Kau Dapat Berkata Pada Dirimu Sendiri "Aku Telah Tabah Menghadapi
kengerian Ini Aku Pasti Mampu Menghadapi Hal berikutnya".*

(Eleanor Roosevelt)

*kesuksesan tidak akan datang dengan sendirinya
(penulis)*

PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, ketulusan hati serta rasa terima kasihku, kupersembahkan sebuah karya sederhana ini untuk:

- *Ayah dan Ibuku, betapa ku ingin mempersembahkan sesuatu yang mungkin membuat ayah dan ibu sedikit merasa bangga atas semua perjuangan dan doa yang telah dilakukan untuk dapat membuka jalan terang “Tuk hidup dan masa depanku”*
- *adikku, rasa terima kasihku yang tak terkira buat selaksa cinta dan kasih sayang yang tiada henti mengalir buatku*
- *Sahabat-sahabat ku tercinta*
- *Almamater, lingkungan yang mendewasakan pola pikir untuk terus memahami (Khusus kelas H dan I manajemen angkatan 02)*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisi Pengaruh *Promotional Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Sabar Motor di Surakarta”

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Maka dengan penuh rasa hormat pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Syamsudin, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Agus Muqorobin, MM, selaku ketua Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Much Natsir, MM, selaku pembimbing dan pembimbing akademik, terima kasih atas nasehat dan petunjuknya hingga skripsi ini dapat selesai.

4. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh staf dan karyawan di lingkungan universitas muhammadiyah surakarta.
5. Bapak Bambang Supriyanto, SM AK, selaku pada bagian umum pada UD. Sabar Motor Surakarta, yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian skripsi ini.
6. Semua staf dan karyawan UD.Sabar Motor Surakarta, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
7. Ayahanda dan Ibunda tercinta dengan tulus dan ikhlas memberikan segalanya hingga semuanya bisa tercapai.
8. Simbah putri end eyang kakung (alm) makasih atas petuah bijakmu selama ini.
9. Adik dan keponakanku (Jamal, mas edy, mas agus, mbak Dwie, Ronie, Miko, tito(cepet besar ya jangan nakal !!))Nanda, Imam, terima kasih atas segala dukungannya.
10. Heru cepeet lulus lee, Antox ojo ngejar qiqi wae nanti malah tambah stress, (becanda lho).
11. Sahabat-sahabatku Dikos PA (A 53 P, J 0 NY, harto, titih, pak guru, baiquny, iqbal, bang hery, pandu, surip) *Don't forget me forever*, thank's kumpul-kumpulnya, walaupun sudah diusir dari kost tetep kumpul Ok !!!).
12. Teman-teman kelas H(Arie, Basir, joko2, Medie, Benie, Sigit,Nurul, tutik,Ayuk, Qomar, suprie end teman2 yang tidak dapat disebutkan satu2 terima kasih atas persahabatan dan kekompakannya selama ini, semoga persahabatan kita tidak akan luntur seiring dengan berjalannya waktu.

13. Udien ojo mbojo wae yo leeeee, MARSono kapan muncak lagi.....

14. AD 3124 RN makasih lhoo dah nganterin kemana-mana.

15. *seseorang yang di hati my x girl makasih atas segala dukunganya and amarahnya hingga selesainya skripsi ini.*

16. *seseorang yang kelak menjadi pendamping hidupku, kuharap kau seperi apa yang kukira selama ini.*

Akhirnya hanya satu kata yang penulis harapkan semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi penulis dan bagi semua pihak pada umumnya. Dan semoga rekan-rekan semua bias memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juni 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	2
C. Perumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
F. Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	5
B. Konsep Pemasaran.....	6
C. Fungsi Pemasaran	8
D. Promosi	10

1. Pengertian Promosi.....	10
2. Tujuan Promosi	10
E. Pengertian Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	11
F. Bentuk-Bentuk Kegiatan Promosi	12
1. Periklanan	12
2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	14
3. Publisitas.....	16
4. <i>Personal selling</i>	17
G. Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Kerangka Pemikiran	21
B. Metode Pengumpulan Data	22
C. Hipotesis.....	23
D. Metode Analisis Data.....	23
1. Analisis Regresi Berganda.....	26
2. Asumsi Klasik.....	24
3. Uji f (Secara Bersama-sama)	28
4. Uji t (Secara Parsial).....	29
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	31
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN	
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	32
B. Struktur Organisasi	33
C. Pelaksanaan Pemasaran.....	45

D. Prosedur Penjualan	45
E. Data Perincian.....	48
1. Volume Penjualan.....	48
2. Biaya Periklanan.....	49
3. Biaya <i>Personal selling</i>	50
4. Biaya Promosi Penjualan.....	52
F. Hasil Analisis Data	53
1. Uji Asumsi Klasik.....	53
2. Analisis Regresi Linier Berganda	55
G. Pembahasan	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	66
B. Saran-saran	67
C. Keterbatasan	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 2.1	Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1	Nilai Koefisien	54
Tabel 4.2	Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	21
3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji f.....	28
3.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	30
4.1 Bagan Struktur Organisasi Dealer Sabar Motor Surakarta.....	34
4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji f.....	59
4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t Biaya Periklanan.....	61
4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t Biaya Promosi Penjualan.....	62
4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t Biaya <i>Personal selling</i>	63

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya *promotional mix* yang dilakukan perusahaan, besarnya volume penjualan perusahaan dan menganalisis pengaruh *promotional mix* terhadap volume penjualan di UD Sabar Motor di Surakarta, dari penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dan juga sebagai bahan informasi kepada pimpinan perusahaan dalam periklanan, promosi penjualan, serta bentuk promosi yang paling tepat sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dimasa yang akan datang.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi digunakan untuk menggambarkan hubungan variabel independent (periklanan, promosi penjualan dan *personal selling*) terhadap variabel dependen (volume penjualan).

Hasil analisis data diperoleh R^2 sebesar 0,996 ini menunjukkan bahwa variabel periklanan, promosi penjualan dan *personal selling* berpengaruh terhadap volume penjualan pada UD Sabar Motor di Surakarta sebesar 99,6%. Sedangkan sisanya sebesar 0,4% mendapat kontribusi dari variabel lain. Pengujian terhadap masing-masing variabel melalui uji diperlolah nilai t_{hitung} variabel periklanan sebesar 3,768 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 3,182 artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel periklanan terhadap volume penjualan. Kedua, variabel promosi penjualan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 3,886 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 3,182 artinya ada pengaruh yang signifikan variabel promosi penjualan terhadap volume penjualan. Ketiga, variabel *personal selling* mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 6,364 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 3,182 artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel *personal selling* terhadap volume penjualan. Jika dilihat dari nilai Beta *personal selling* mempunyai nilai koefisien regresi yang paling besar yaitu 13,687 maka dapat ditentukan bahwa *personal selling* mempunyai pengaruh yang paling dominan dibandingkan periklanan dan promosi penjualan dalam mempengaruhi volume penjualan pada UD Sabar Motor di Surakarta. Pengujian variabel independen secara bersama-sama (periklanan, promosi penjualan dan *personal selling*) terhadap volume penjualan dilakukan dengan menggunakan uji F, nilai F_{hitung} sebesar 227,771 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 9,28 artinya secara bersama-sama variabel periklanan, promosi penjualan dan *personal selling* berpengaruh terhadap volume penjualan di UD Sabar Motor di Surakarta.

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