

**PENGARUH PERIKLANAN, *PERSONAL SELLING*, PUBLISITAS
DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN ROKOK PADA PT. DJITOE ITC
SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**ANA YULIANA
B. 100 080 151**

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

HALAMAN PENGESAHAN

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

**PENGARUH PERIKLANAN, PERSONAL SELLING, PUBLISITAS DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME
PENJUALAN ROKOK PADA PT. DJITOE ITC SURAKARTA**

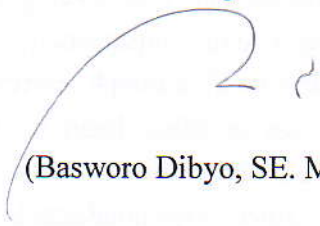
Yang ditulis oleh

**ANA YULIANA
B. 100 080 151**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut memenuhi syarat untuk diterima.


Surakarta, Juli 2012

Pembimbing Utama


(Basworo Diby, SE. M.Si)

Mengetahui

Dehan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. Triyono, 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 : ANA YULIANA
NIRM : B 100 080 151
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH PERIKLANAN, *PERSONAL*
SELLING, PUBLISITAS DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN ROKOK PADA PT.
DJITOE ITC 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.

JULI 2012

Surakarta,.....

Yang membuat pernyataan,

ANA YULIANA

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada tuhanlah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah : 5-8)

“Nasib itu hanyalah suatu kalimat dari manusia yang lemah,
orang yang kuat tidak peduli akan nasibnya,
karena nasib hanya bagaikan suatu penghalang.

(Bulwer)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah karya ini kupersembahkan untuk:

- Allah SWT.
- Orang tuaku tercinta yang telah merawat dan membesarkanku dengan kasih sayang dan kesabarannya, semoga kelak aku bisa membuat beliau tersenyum bangga padaku.
- Kakak-kakakku tercinta yang selalu mendukungku, semoga kalian selalu dalam kebahagiaan.
- Kekasihku tercinta yang selalu memberikanku semangat dan mendukungku.
- Teman-temanku tersayang.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah. Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas 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, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan dan Pembimbing, yang telah banyak memberikan petunjuk dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ahmad Mardalis, SE. MBA selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa kuliah di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Basworo Dibyo, SE. M.Si selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal, ilmu, bimbingan, dan membantu kelancaran penulis selama studi.

6. Bapak Darmadji Oetomo, selaku Manager Marketing PT. DJITOE ITC Surakarta yang telah memberikan izin untuk penelitian.
7. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
8. Teman-teman seperjuangan: Era Kartika, Nini Anggraheni, Nining Listiani, Ahmad Sugiyanto, Bima Septian, Hendra Wijaya dan teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas kenangan indah selama ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan dukungan, dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini penulis yakin dukungan itu tanpa pamrih apapun.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Juli 2012

Penulis



ANA YULIANA

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| ABSTRAKSI | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 5 |
| E. Sistematika Skripsi | 6 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Pemasaran Pemasaran | 8 |
| B. Promotional Mix | 11 |
| C. Arti dan Pentingnya Periklanan | 14 |
| D. Arti dan Pentingnya <i>Personal Selling</i> | 19 |

| | | |
|-----|---|------------------------------|
| | E. Arti dan Pentingnya <i>Publisitas</i> | 24 |
| | F. Arti dan Pentingnya Promosi Penjualan | 24 |
| | G. Volume Penjualan | 28 |
| | H. Hubungan Promotional Mix dengan Volume Penjualan . | 32 |
| | I. Penelitian Terdahulu..... | 32 |
| BAB | III | METODOLOGI PENELITIAN |
| | A. Kerangka Pemikiran | 36 |
| | B. Hipotesa..... | 37 |
| | C. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran | 37 |
| | D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling | 39 |
| | E. Jenis dan Sumber Data | 41 |
| | F. Metode Pengumpulan Data | 41 |
| | G. Metode Analisis Data | 41 |
| BAB | IV | ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN |
| | A. Deskripsi Data | 50 |
| | B. Analisis Data | 51 |
| | C. Pembahasan | 67 |
| BAB | V | PENUTUP |
| | A. Kesimpulan..... | 73 |
| | B. Saran | 73 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|-------------|---|
| Tabel IV.1 | Deskripsi Data Penelitian 50 |
| Tabel IV.2 | Hasil Uji Validitas Variabel Periklanan 51 |
| Tabel IV.3 | Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling 52 |
| Tabel IV.4 | Hasil Uji Validitas Variabel Publisitas 52 |
| Tabel IV.5 | Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan 53 |
| Tabel IV.6 | Hasil Uji Validitas Variabel Volume Penjualan 53 |
| Tabel IV.7 | Hasil Uji Reliabilitas 54 |
| Tabel IV.8 | Hasil Uji Multikolinearitas 56 |
| Tabel IV.9 | Hasil Uji Heteroskedatisitas 57 |
| Tabel IV.10 | Hasil Uji Hipotesis Penelitian 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---------------------------------------|----------------|
| Gambar III.1 Kerangka Pemikiran | 36 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-------------|--|
| Lampiran 1 | Daftar Pertanyaan |
| Lampiran 2 | Data Penelitian |
| Lampiran 3 | Hasil Uji Deskripsi Data Penelitian |
| Lampiran 4 | Hasil Uji Validitas Instrumen |
| Lampiran 5 | Hasil Uji Reliabilitas Instrumen |
| Lampiran 6 | Hasil Uji Asumsi Klasik |
| Lampiran 7 | Hasil Uji Hipotesis |
| Lampiran 8 | Distribusi Nilai r_{tabel} pada Taraf Signifikansi 5% dan 1% |
| Lampiran 9 | Distribusi Nilai t_{tabel} |
| Lampiran 10 | Distribusi Tabel Nilai $F_{0,05}$ |

ABSTRAKSI

ANA YULIANA. NIM : B100080151. Skripsi. PENGARUH PERIKLANAN, *PERSONAL SELLING*, PUBLISITAS DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN ROKOK PADA PT. DJITOE ITC SURAKARTA. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah ada pengaruh yang signifikan periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan rokok pada PT. DJITOE ITC Surakarta? (2) *Promotial mix* apa yang paling dominan pengaruhnya terhadap peningkatan volume penjualan rokok pada PT. DJITOE ITC Surakarta?

Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Perumahan Delanggu Baru, Delanggu, Klaten, berjenis kelamin laki-laki, berumur lebih dari 17 tahun, telah berdomisili lebih dari 1 tahun, mengkonsumsi rokok Djitoe. Sampel berjumlah 50 responden. Teknik analisis data menggunakan: (1) uji instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan reliabilitas, (2) Uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, (3) Uji Deskriptif, yaitu: minimum, maximum, mean, standard deviation, (4) Uji hipotesis, yaitu uji regresi linear berganda, uji ketepatan parameter penduga (uji t), uji ketepatan model (uji F dan uji R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Uji instrumen, semua kuesioner dinyatakan valid dan reliabel. (2) Uji Asumsi klasik, tidak terjadi kesalahan dalam asumsi klasik, (3) Uji hipotesis, uji regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien regresi yang paling besar adalah variabel periklanan = 0,414, hal ini menunjukkan bahwa variabel periklanan paling berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan; uji t diperoleh bahwa semua variabel *promotial mix* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan; uji F diperoleh nilai koefisien $F_{hitung} = 30,068$, hal ini berarti variabel *promotial mix* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan; uji R^2 diperoleh nilai R^2 sebesar 0,728. Hal ini berarti persentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen sebesar 72,8%, sisanya 27,2% dipengaruhi oleh variabel independen lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: *Promotional mix* (periklanan, *personal selling*, publisitas, promosi penjualan), volume penjualan