

**ANALISIS PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP  
VOLUME PENJUALAN PADA PT BATIK SINUN REJEKI  
DI SURAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Oleh :**

**AGUS WAHYUDI**

**B 100 980 282**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2004**

## **PENGESAHAN**

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

**ANALISIS PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN PADA PT BATIK SINUN REJEKI DI SURAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**AGUS WAHYUDI**

**B 100 980 282**

Telah dinyatakan layak untuk diterima dan dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal :

Surakarta, 2004  
Pembimbing Utama

(Drs. Moech. Nasir, MM.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi UMS

(Drs. Wahyono, Ak., MA.)

## MOTTO

*Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu'*

(Q.S. Al Baqoroh : 45)

*Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain.*

(Q.S. Al Insyirah : 6-8)

*Tuhan memberikan makanan kepada setiap burung ... Tetapi Dia tidak melemparkan makanan itu dalam sarangnya.*

(I.G. Holland)

*Jika ingin sukses jadilah seperti ELANG, berani sendirian dan terbang lebih tinggi dari burung lainnya.*

(Satria, H.L.)

*Kemenangan bukanlah sebuah keberuntungan, melainkan rangkaian berbagai keputusan yang tepat.*

(Hendriyansah)

## PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan hasil karya ini sebagai wujud bakti, cinta dan kasih sayangku untuk :*

- *Bapak dan ibu yang saya hormati, akan selalu kuberikan yang terbaik dalam hidupku untuk kebanggaan kalian.*
- *Kakek dan nenekku dengan kasih sayangnya yang tulus.*
- *Saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa selalu memberikan dorongan.*
- *Teman-teman seperjuangan jurusan manajemen untuk suatu persahabatan dan kebersamaan yang berarti.*
- *Spesial seseorang yang akan menjadi pendamping hidupku dengan segala kesetiaannya.*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Tiada kata yang paling tepat untuk mengungkapkan puji syukur kepada Allah SWT, Sang Maha Kuasa atas Rahmat dan Hidayah-Nya kepada seluruh umat dan alam semesta. Tidak lupa pula sholawat untuk Nabi Muhammad SAW yang dengan jerih payahnya telah memberikan cahaya menuju kepada kebahagiaan hidup sejati.

Tiada terasa dengan segala kerja keras termasuk kekurangan yang menyertai, akhirnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Yang terhormat, Bapak Drs. Moech Nasir, MM., selaku pembimbing yang dengan segala kesibukannya bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta pengarahan yang arif dan bijak kepada peneliti.
2. Yang terhormat, Drs. Wahyono, Ak., MA., selaku dekan Fakultas Ekonomi UMS.
3. Yang terhormat segenap dosen Fakultas Ekonomi UMS yang telah memberikan bimbingan dan ilmu selama ini.
4. Yang terhormat, Bapak Drs. Lutiyo, selaku pimpinan PT. Batik Sinun Rejeki Surakarta, atas waktu dan tempat yang diberikan selama ini sehingga terselesaikan penelitian ini.
5. Ayah dan Ibu atas segenap restu, untaian doa dan dukungannya baik materiil maupun moriil yang selalu memotivasi putra-putrinya dalam meraih cita-cita.
6. Teman-teman manajemen angkatan 1998 yang telah memberikan kepercayaan, kebahagiaan dan keceriaan yang akan selalu indah untuk dikenang.
7. Buat orang-orang yang telah membuat aku bahagia semoga aku punya waktu membalasnya.
8. Rekan-rekan dan semua pihak yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Selain ucapan terima kasih, penulis mendoakan semoga semua amal baik yang telah Bapak / Ibu / Saudara berikan pada penulis, mendapatkan balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya baik dalam metodologinya, isi atau bobot materi pengungkapan maupun penulisannya. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah peneliti harapkan demi kebaikan dan kesempurnaan penelitian ini.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 2004

Peneliti

Agus Wahyudi

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAKSI .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pembatasan Masalah .....	5
C. Perumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Sistematika Skripsi .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
A. Pengertian Pemasaran .....	8
B. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
C. Konsep Pemasaran .....	10
D. Tujuan dan Fungsi Pemasaran .....	11
E. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	13
F. Arti Penting Promosi .....	15
G. Tujuan Promosi .....	17
H. Bauran Promosi ( <i>Promotional Mix</i> ) .....	19

	I. Faktor-faktor Keberhasilan Promosi .....	28
	J. Pengertian Penjualan .....	33
	K. Review Penelitian Terdahulu .....	36
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN .....	38
	A. Kerangka Pemikiran .....	38
	B. Hipotesis .....	40
	C. Data dan Sumber Data .....	41
	D. Metode Analisa Data .....	42
BAB IV	ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN .....	49
	A. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	49
	B. Bentuk dan Struktur Organisasi Perusahaan .....	51
	C. Proses Produksi .....	56
	D. Sistem Pemasaran .....	59
	E. Data Perusahaan .....	61
	F. Analisa Data .....	63
BAB V	PENUTUP .....	72
	A. Kesimpulan .....	72
	B. Keterbatasan Penelitian .....	74
	C. Saran-saran .....	74
	DAFTAR PUSTAKA .....	76
	LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Biaya Promosi Variabel Promosi PT Batik Sinun Rejeki Surakarta Tahun 1999/2003 Per Semester .....	62
Tabel 4.2 Volume Penjualan PT Batik Sinun Rejeki Surakarta Tahun 1999/ 2003 Per Semester .....	62

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran .....	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Batik Sinun Rejeki Surakarta .....	52

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya periklanan, promosi penjualan dan *personal selling* yang dikeluarkan oleh PT Batik Sinun Rejeki Surakarta, terhadap peningkatan volume penjualan.

Hasil analisa data menunjukkan persamaan regresi berganda sebagai berikut :  $Y = 72759415 + 1,469 X_1 + 13,691 X_2 + 2,332 X_3$ . Hal ini berarti jika biaya periklanan, biaya promosi penjualan dan biaya *personal selling* sama dengan 0 (nol) maka besarnya penjualan adalah Rp. 72.759.415. Apabila biaya promosi penjualan ( $X_2$ ) dan biaya *personal selling* ( $X_3$ ) tetap, maka dengan adanya kenaikan biaya periklanan ( $X_1$ ) sebesar Rp. 1, akan menaikkan volume penjualan sebesar Rp. 1,469. Apabila biaya periklanan ( $X_1$ ) dan biaya *personal selling* ( $X_3$ ) tetap, maka dengan adanya kenaikan biaya promosi penjualan ( $X_2$ ) sebesar Rp. 1, akan menaikkan volume penjualan sebesar Rp. 13,691. Apabila biaya periklanan ( $X_1$ ) dan biaya promosi penjualan ( $X_2$ ) tetap, maka dengan adanya kenaikan biaya *personal selling* ( $X_3$ ) sebesar Rp. 1, akan menaikkan volume penjualan sebesar Rp. 2,332.

Setelah di uji menggunakan uji t maka diketahui untuk variabel periklanan nilai t hitung = 2,506 > t tabel = 2,262 berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara periklanan ( $X_1$ ), terhadap volume penjualan, untuk variabel promosi penjualan nilai t hitung = 6,690 > t tabel = 2,262 berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara promosi penjualan ( $X_2$ ), terhadap volume penjualan dan untuk variabel *personal selling* nilai t hitung = 2,471 > t tabel = 2,262 berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *personal selling* ( $X_3$ ), terhadap volume penjualan. Dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh 0,930 artinya bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan dapat mempengaruhi volume penjualan sebesar 93%, sedangkan sisanya 7% dipengaruhi oleh faktor lain selain yang diteliti. Selanjutnya dari hasil uji F, maka diketahui bahwa F hitung = 26,556 > F tabel = 4,76. Berarti antara periklanan, promosi penjualan dan *personal selling* berpengaruh secara bersama-sama terhadap volume penjualan. Hasil penelitian ini pada akhirnya menunjukkan ternyata promosi penjualan mempunyai pengaruh paling kuat karena memberikan sumbangan yang terbesar karena nilai t hitung paling tinggi 6,690.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi UMS

(Drs. Wahyono, Ak., MA.)

Surakarta, 2004  
Pembimbing Utama

(Drs. Moech. Nasir, MM.)