



**PENENTUAN FREKUENSI PENGGUNAAN MEDIA
ADVERTENSI OPTIMAL UNTUK SEPEDA MOTOR
YAMAHA TIPE VEGA DAN JUPITER
PADA SENTRAL YAMAHA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

**NOVA HUROTUL AINI
040810291049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2008**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : NOVA HUROTUL AINI
NIM : 040810291049
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENENTUAN FREKUENSI PENGGUNAAN
MEDIA ADVERTENSI OPTIMAL UNTUK
SEPEDA MOTOR YAMAHA TIPE VEGA DAN
JUPITER PADA SENTRAL YAMAHA
JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan yang saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 25 September 2008

Yang menyatakan,

NOVA HUROTUL AINI
NIM.040810291049

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENENTUAN FREKUENSI PENGGUNAAN
MEDIA ADVERTENSI OPTIMAL UNTUK
SEPEDA MOTOR YAMAHA TIPE VEGA DAN
JUPITER PADA SENTRAL YAMAHA JEMBER

Nama Mahasiswa : NOVA HUROTUL AINI
NIM : 040810291049
Jurusan/Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. KAMARUL IMAM, M. Sc
NIP. 130 935 418

PURNAMIE TITISARI, SE, MSi
NIP. 132 258 070

Mengetahui,
Jurusan/ Program Studi Manajemen
Ketua,

Dr. HARI SUKARNO, MM
NIP. 131 759 761

Tanggal Persetujuan : September 2008

JUDUL SKRIPSI

PENENTUAN FREKUENSI PENGGUNAAN MEDIA ADVERTENSI
OPTIMAL UNTUK SEPEDA MOTOR YAMAHA TIPE VEGA DAN JUPITER
PADA SENTRAL YAMAHA JEMMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Nova Hurotul Aini

NIM : 030810291049

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

25 September 2008

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fkultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dewi Prihatini, SE, MM, Ph.D
NIP. 132 056 181

Sekretaris : Purnamie Titisari, SE, MSi
NIP. 132 258 070

Anggota : Drs. Kamarul Imama, MSc
NIP. 131 960 488

Mengetahui,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Sarwedi, MM
NIP. 131 276 658

PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat & Hidayah **ALLAH. SWT**

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Keluargaku, terutama kedua orangtua ayahanda tercinta **Bpk. Suwari** (almarhum) dan ibunda **Endang** dan kakak tersayang **Vita** yang tiada hentinya berikan ku do'a, semangat dan dukungan.

Jerih payah dan Perjuangan ini untuk kalian semua.

Dimas Herliandis Shodiqin yang selalu berikan dorongan serta semangat untukku (terimakasih)

TemanQ **Nyit2, Yanie, Icka, Mardel** akhirnya aku selesai juga!!

Almamater yang kubanggakan,
Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.

Motto

Barang siapa yang merintis jalan dengan
maksud menggali ilmu pengetahuan
Maka Allah akan memudahkan baginya jalan
menuju Surga
(Al- Hadist)

*Kita manusia yang harus berusaha memahami kelemahan kita dan
Menjadikan kekuatan tuk bisa terlihat sempurna
(Nova)*

*Kerja keras dan prinsip pantang menyerah juga mau belajar pada
kegagalan
Akan membawa kita pada jalan yang terang tuk menggapai
Masa depan
(Nov@)*

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “Penentuan Frekuensi Penggunaan Media Advertensi Optimal Untuk Sepeda Motor Yamaha Tipe Vega dan Jupiter Pada Sentral Yamaha Jember” ini bertujuan: untuk menentukan frekuensi penggunaan media advertensi terhadap peningkatan volume penjualan sepeda motor Yamaha tipe Vega-R Disk Break dan Jupiter-Z-CW pada sentral Yamaha Jember dan menentukan kombinasi frekuensi penggunaan media advertensi untuk sepeda motor Yamaha tipe Vega-R Disk Break dan Jupiter-Z-CW guna memperoleh volume penjualan yang optimal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, untuk sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Untuk pengumpulan datanya digunakan adalah menggunakan studi pustaka. Dalam penelitian ini digunakan metode analisis program dinamis. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah frekuensi penggunaan media advertensi terhadap peningkatan volume penjualan untuk sepeda motor Yamaha tipe Vega-R Disk Break untuk bulan Maret 2008 adalah dengan menggunakan media I (Radio) sebanyak 26 kali pemunculan, media II (Koran) sebanyak 26 kali pemunculan dan media III (Brosur) sebanyak 26 kali pemunculan. Dan kombinasi frekuensi penggunaan media advertensi untuk sepeda motor Yamaha tipe Vega-R Disk Break untuk memperoleh volume penjualan yang optimal yaitu dengan total penjualan 1.775 unit, total penjualan Rp.22.735.647.240,00, total biaya advertensi yang dikeluarkan sebesar Rp. 21.966.022,00 dan menghasilkan profit bagi perusahaan dari penggunaan media advertensi sebesar Rp.22.713.681.218,00. Sedangkan untuk produk sepeda motor Yamaha tipe Jupiter-Z-CW untuk bulan maret 2008 adalah dengan menggunakan media I (Radio) sebanyak 23 kali pemunculan, media II (Koran) sebanyak 26 kali pemunculan dan media III (Brosur) sebanyak 22 kali pemunculan. Dan kombinasi frekuensi penggunaan media advertensi untuk sepeda motor Yamaha tipe Jupiter-Z-CW guna memperoleh volume penjualan yang optimal yaitu dengan total penjualan 71 unit, total penjualan Rp.2.635.594.399,00, total biaya advertensi yang dikeluarkan sebesar Rp.20.645.047,00 dan menghasilkan profit bagi perusahaan dari penggunaan media advertensi sebesar Rp.2.614.949.352,00.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, shalawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad SAW pembawa cahaya kesuksesan dalam menjalani hidup di dunia dan akhirat. Atas berkah dan rahmat yang diberikan olehnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Penentuan Frekuensi Penggunaan Media Advertensi Yang Optimal Berdasarkan Program Dinamis pada Sentral Yamaha Jember”.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Sarwedi, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Drs. Kamarul Imam, M.Sc selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Purnamie Titisari, SE. MSi selaku Dosen Pembimbing II.
3. Bapak Dr. Hari Sukarno, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Ketua Program Studi Manajemen Non Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staf karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Kedua orang tua Ayahanda “Suwari” (almarhum) dan Ibunda “Endang” tercinta yang selalu memberi semangat dan menyertai langkah jalan hidupku dengan ketulusan hati dan do’a.
6. Kakak tercinta “Vita” terimakasih atas dukungan, semangat dan do’a.
7. Dimas Herliandis Shodiqin yang selalu ada dikala senang atau susah, dan memberikan warna dan semangat dalam hidup.
8. Pimpinan Sentral Yamaha Jember terutama mas Yoni selaku Supervisor dan istri tercinta mbk.mira terimakasih atas pemberian data untuk kelancaran skripsi ini.
9. Teman-teman seangkatan “Manajemen 2004” Pia, Marizz, Surti (Pipit), Endah, Neny, Mami (Vidi), Pit (Galuh), Ovie (Imanda), Igun, Jimmy, Tante (Haris), Momon (Devi), Om Tata (tata), Bejo (Aji), Bigshow yang telah memberikan keceriaan, semangat dalam hidup dan semua pihak yang tidak

dapat disebutkan satu persatu. “Teman, persahabatan kita tak putus sampai disini.”

10. Teman-teman kos yang ada di Jl. Jawa IIB/16, Nyit-nyit(Anita) semangat dan kerja kerasmu jadikan panutan dalam hidupku untuk biasa menggapai masa depan, Mbok Yem(Yanie) jangan berhayal terlalu tinggi, Mardel(Riki) carilah cinta sejatimu, Mb.Icka jangan patah semangat, maju terus (kamu pasti bisa!!). Serta adik-adik kos, yang tidak dapat disebutkan, terimakasih untuk kalian semua.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

Jember, September 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	5
2.1.1 Pengertian Advertensi	5
2.1.2 Pengembangan dan Evaluasi Program Advertensi	5
2.1.3 Tujuan Advertensi	7
2.1.4 Manfaat Advertensi	8
2.1.5 Berbagai Jenis Media Advertensi	9
2.1.6 Pemilihan Media Advertensi	13
2.1.7 Keunggulan dan Kelemahan Media Advertensi	13
2.1.8 Anggaran Advertensi	15
2.1.9 Frekuensi Media Advertensi	16
2.1.10 Dampak Advertensi pada Penjualan	18

2.1.11 Metode Regresi Linier Berganda	19
2.1.12 Pengertian dan Bentuk Standar Program Dinamis	20
2.1.13 Karakteristik dan Bentuk Standar Program Dinamis	20
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	21
2.2.1 Penelitian Syamsul Maarif	21
2.2.2 Penelitian Citra Desie Wijayanti	22
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis	25
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Jenis Data dan Sumber Data	25
3.2.1 Jenis Data	25
3.2.2 Sumber Data	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Batasan Masalah	26
3.5 Definisi Operasional Variabel	26
3.6 Identifikasi Variabel	27
3.7 Metode Analisis Data	27
3.7.1 Penentuan pengaruh frekuensi penggunaan media advertensi terhadap peningkatan volume penjualan	27
3.7.1.1 Uji Normalitas Data	27
3.7.1.2 Analisis Regresi Berganda	28
3.7.1.3 Uji Asumsi Klasik	28
3.7.1.4 Uji Statistik	31
3.7.1.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	33
3.7.2 Penentuan Kombinasi Frekuensi Penggunaan Media Advertensi	33
3.7.2.1 Geometric Mean	33
3.7.2.2 Program Dinamis	34
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	36
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	38
4.1.2 Struktur Organisasi Sentral Yamaha Jember	39
4.1.3 Aspek Personalia	47
4.1.3.1 Jumlah Tenaga Kerja	47
4.1.3.2 Hari dan Jam Kerja Karyawan	48
4.1.3.3 Pengembangan Tenaga Kerja	48
4.1.3.4 Sistem Pemberian Gaji dan Tunjangan	49
4.1.4 Aspek Pemasaran	49
4.1.4.1 Daerah Pemasaran	49
4.1.4.2 Saluran Distribusi	49
4.1.4.3 Produk yang Dipasarkan	50
4.1.4.4 Kebijakan Harga	50
4.2 Analisis Data	51
4.2.1 Uji Normalitas Data	51
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.2.3 Analisis Data dengan Menggunakan Uji Asumsi Klasik	53
4.2.4 Pengujian Statistik	56
4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2) dan Koefisien Korelasi (R)	58
4.2.6 Mengukur Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat	58
4.2.7 Uji Signifikansi Pengaruh Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Terikat (Y)	60
4.2.8 Koefisien Regresi Linier Berganda	63
4.2.9 Aplikasi Program Dinamis Untuk Optimalisasi Kombinasi Media Advertensi	65
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	76

5.1.1 Pengaruh Penggunaan Media Advertensi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Tipe Vega-R Disk Break dan Jupiter-Z-CW	76
5.1.2 Alternatif Kombinasi Frekuensi Penggunaan Masing-masing Jenis Media Advertensi	77
5.2 Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian Penulis	23
Tabel 4.1 Jumlah Karyawan Menurut Kelompok Jabatan pada Sentral Yamaha Jember	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Data untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Vega-R Disk Break dengan Kolmogorov-Smirnov Test ($\alpha = 0,05$)...	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Data untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Jupiter-Z-CW dengan Kolmogorov-Smirnov Test ($\alpha = 0,05$)	51
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda untuk Produk Sepeda Motor Yamaha tipe Vega-R Disk Break	52
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda untuk Produk Sepeda Motor Yamaha tipe Jupiter-Z-CW	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Vega-R Disk Break	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Jupiter-Z-CW	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Glejser untuk Mengidentifikasi gejala Heteroskedastisitas pada Regresi untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Vega-R Disk Break.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Glejser untuk Mengidentifikasi gejala Heteroskedastisitas pada Regresi untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Jupiter-Z- CW.....	56
Tabel 4.10 Volume Penjualan Berdasarkan Frekuensi Pemunculan pada Setiap Media Advertensi Periode tahun 2006-2007 sampai dengan bulan Pebruari tahun 2008	59
Tabel 4.11 Volume Penjualan Berdasarkan Frekuensi pada tiap Media Advertensi untuk Sepeda Motor Yamaha tipe Vega-R Disk Break	71
Tabel 4.12 Volume Penjualan Berdasarkan Frekuensi pada tiap Media Advertensi untuk Sepeda Motor Yamaha tipe Jupiter-Z-CW	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengembangan dan Evaluasi Program Advertensi	6
Gambar 2.2 Efek Bertahap dari Adanya Advertensi	18
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sentral Yamaha Jember Secara Khusus	39
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Sentral Yamaha Jember Secara Luas	40
Gambar 4.3 Saluran Distribusi pada Sentral Yamaha Jember	50
Gambar 4.4 Pedoman Pendeteksian Autokorelasi untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Vega-R Disk Break	54
Gambar 4.5 Pedoman Pendeteksian Autokorelasi untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Jupiter-Z-CW	55
Gambar 4.6 Kurva Uji-F untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Vega-R Disk Break	61
Gambar 4.7 Kurva Uji-F untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Jupiter-Z- CW	61
Gambar 4.8 Kurva Uji-t untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Vega-R Disk Break	62
Gambar 4.9 Kurva Uji-t untuk Produk Sepeda Motor Yamaha Tipe Jupiter-Z- CW	63

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Biaya Advertensi Berdasarkan Frekuensi Pemunculan Masing-masing Media Advertensi Produk Vega-R Disk Break dan Jupiter-Z-CW Periode bulan Januari tahun 2006-Februari 2008
- LAMPIRAN 2 : Hasil Uji Untuk Produk Sepeda Motor Vega-R Disk Break dan Jupiter-Z-CW
- LAMPIRAN 3 : Perhitungan Geometric Mean Produk Vega-R Disk Break dan Jupiter-Z-CW
- LAMPIRAN 4 : Perhitungan Geometric Mean Untuk Harga Produk
- LAMPIRAN 5 : Estimasi Volume Penjualan dalam Berbagai Alternatif Kombinasi Frekuensi Advertensi Produk Vega-R Disk Break dan Jupiter-Z-CW periode Maret 2008 (Unit)
- LAMPIRAN 6 : Estimasi Biaya Advertensi dalam Berbagai Alternatif Kombinasi Frekuensi Advertensi Produk Vega-R Disk Break dan Jupiter-Z-CW Periode Maret 2008 (Rp)
- LAMPIRAN 7 : Estimasi Volume Penjualan dalam Berbagai Alternatif Kombinasi Frekuensi Advertensi Produk Vega-R Disk Break periode Maret 2008 (Rp)
- LAMPIRAN 8 : Estimasi Profit dalam Berbagai Alternatif Kombinasi Frekuensi Advertensi Produk Vega-R Disk Break Periode Maret 2008 (Rp)