



**BEBERAPA VARIABEL BIAYA PEMASARAN YANG
MEMPENGARUHI OMZET PERUSAHAAN PADA
PERUM. PEGADAIAN KANTOR
CABANG KALISAT JEMBER
TAHUN 2003 - 2007**

SKRIPSI

OLEH:

NAMA : YUSMAN ISNAINI

NIM. 030210301193

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2007

RINGKASAN

Judul : Beberapa Variabel Biaya Pemasaran yang Mempengaruhi Omzet Perusahaan Perum Pegadaian Kantor Cabang Kalisat Jember Tahun 2003-2007.

Pembimbing : 1. Drs Joko Widodo, MM
2. Drs. Pramono. AS.Dip. Mgt. M.Si

Perum Pegadaian Cabang Kalisat merupakan Perum Pegadaian yang memiliki omzet terkecil jika dibandingkan dengan Perum Pegadaian yang lain dan mengalami penurunan pertumbuhan uang pinjaman selama 5 tahun sebesar 14,23 % Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel strategi pemasaran yang terdiri atas : biaya promosi, biaya pendidikan dan latihan, biaya sarana dan prasarana terhadap omzet perusahaan dan juga untuk mengetahui variabel manakah yang dominan mempengaruhi omzet perusahaan tersebut.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah diskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang telah ditentukan. Penentuan daerah penelitian ditentukan dengan metode *purposive*. Metode penentuan sampel dengan menggunakan metode *purposive random sampling*.. Sampel yang diambil adalah sebanyak data mengenai biaya promosi, biaya pendidikan dan latihan, biaya sarana dan prasarana dan data omzet perusahaan mulai tahun 2003 - 2007. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi, wawancara dan observasi. Metode analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif dan inferensial. Analisis inferensial yang digunakan meliputi : persamaan garis regresi linier berganda, analisis determinasi berganda, uji F dan uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Biaya pemasaran meliputi : biaya promosi, biaya pendidikan dan latihan, biaya sarana dan prasarana secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap omzet perusahaan.

Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Biaya pemasaran jasa terhadap omzet perusahaan, hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan uji F, dimana $F_{hitung} > F_{tabel} (2,79)$ dengan signifikansi 0.00 dan koefisien determinasi sebesar 0.770 yang berarti bahwa variabel strategi pemasaran yang meliputi : biaya promosi, biaya pendidikan dan latihan, biaya sarana dan prasarana secara simultan mempengaruhi omzet perusahaan sebesar 77 %. Hasil

analisis melalui uji t, diperoleh data bahwa variabel biaya promosi (X_1) mempunyai pengaruh dominan terhadap omzet perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai hasil uji t, yaitu : $X_1 = 3,757$, $X_2 = 2,590$ $X_3 = 2,636$ selain itu juga dapat dilihat melalui proporsi sumbangan dari masing-masing variabel, yaitu : $X_1 = 39,86 \%$, $X_2 = 27,79 \%$ dan $X_3 = 9,37 \%$.

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa variabel Biaya pemasaran yang terdiri atas Biaya promosi (X_1), biaya pendidikan dan latihan (X_2), biaya sarana dan prasarana (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap omzet perusahaan pada Perum Pegadaian Kantor Cabang kalisat. Variabel biaya promosi (X_1) adalah variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap omzet perusahaan Perum Pegadaian kantor cabang Kalisat dibandingkan dengan variabel lainnya.

Kata kunci : Biaya pemasaran (biaya promosi, biaya pendidikan dan latihan, biaya sarana dan prasarana) terhadap omzet penjualan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
DENAH PEGADAIAN KALISAT.....	xi
RINGKASAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran jasa	7
2.2.2 Service Sebagai Suatu Sistem.....	7
2.2.3 Proses Pencipta dan Penyampai Jasa	8
2.2.4 Strategi Pemasaran untuk Perusahaan Jasa.....	11
2.2.5 Dasar Pandangan Teori Tentang Kredit	14
2.2.6 Beberapa Variabel Biaya Pemasaran Jasa Kredit Pegadaian Kantor Cabang Kalisat.....	15

2.2.7 Omzet Penjualan	18
2.2.8 Beberapa Variabel Biaya Pemasaran yang Mempengaruhi Omzet Penjualan Kredit Pegadaian Kantor Cabang Kalisat	18
2.2.9 Kerangka Berfikir	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian.....	22
3.2 Lokasi Penelitian.....	22
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.3.1 Populasi Penelitian.....	23
3.3.2 Sampel Penelitian.....	23
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.5 Jenis Data.....	28
3.6 Metode Pengumpulan Data	28
3.7 Metode Analisa Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.2 Analisa Data	44
4.3. Pengujian Hipotesis	47
4.4. Pembahasan Hasil Peneitian	50
4.5. Kekuatan dan Kelemahan.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN