



**PENGARUH BIAYA PERIKLANAN TERHADAP VOLUME
PENJUALAN MINUMAN FRIGGA FRUIT PADA PT. FAJAR
MEKAR INDAH, PASURUAN**

SKRIPSI

Oleh :

WANDY ARMAN W

010910202007

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2006



**PENGARUH BIAYA PERIKLANAN TERHADAP VOLUME
PENJUALAN MINUMAN FRIGGA FRUIT PADA PT. FAJAR
MEKAR INDAH, PASURUAN**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat-syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Ilmu administrasi Niaga (S1) dan mencapai
gelar Sarjana Sosial**

Oleh :

WANDY ARMAN W

010910202007

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2006

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayahanda Williard dan Ibunda Ridawati yang telah mendoakan dan memberikan dorongan semangat baik lahir maupun batin serta memberikan kasih sayang dan juga pengorbanan selama ini.
2. Adik-adikku Hary Muharman, Nini Melni Ridawati, Lia Andini, Eko Dede Hariyanto, Trisa Hajanimah, Siti Nurjanah yang telah memberikan ruang untuk bercanda dan dorongan selama ini.
3. Laili Rahma Dewi, pengontrol hatiku dan perubah hidupku dengan segala perhatian yang telah di berikan. Semoga Aku selalu dapat melihat senyum manismu.
4. Almamater Fakultas Ilmu Soaial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

Mungkin Anda tidak akan pernah menjadi sama dengan mereka, tapi Anda bisa mempelajari “ cara “ untuk menjadi diri sendiri yang lebih baik. Anda tidak akan dapat memaksa orang untuk membeli karena Ia bosan mendengarkan Anda. Komite bisa mengkritik iklan, tapi mereka tidak bisa menciptakannya. Kompromi tidak memiliki tempat dalam periklanan, apapun yang Anda lakukan kerjakan sampai tuntas.

(Kenneth Roman, Jane Maas, Martin Nisenholtz)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wandy Arman W

NIM : 010910202007

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ Pengaruh Biaya Periklanan Terhadap Volume Penjualan Minuman Frigga Fruit Pada PT. Fajar Mekar Indah, Pasuruan “ adalah benar- benar hasil karya saya sendiri. Saya bertanggung jawab atas kebenaran dan keabsahan isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus di junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Juni 2006

Wandy Arman W

010910202007

PENGESAHAN

Skripsi ini telah di terima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 27 Juni 2006
Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Jember

Tim Penguji ;

Ketua,

Sekretaris,

Drs. I Ketut Mastika, MM
NIP 131 865 701

Drs. H. Sugeng Iswono, MA
NIP 131 415 664

Anggota,

Drs. Poerwanto, MA
NIP 131 403 359

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik

Dr. H. Uung Nasdia B.S.W.,M.S.
NIP 130 674 836

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia serta hidayah- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Biaya Periklanan Terhadap Volume Penjualan Minuman Frigga Fruit Pada PT. Fajar Mekar Indah, Pasuruan “. Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

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

1. Dr. H. Uung Nasdia B.S.W., M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Drs. Suhartono, MS selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Drs. Agus Budihardjo, MA selaku Dosen Pembimbing akademik yang telah membuka dimensi hidup dalam memaknai hidup.
4. Drs. H. Sugeng Iswono, MA selaku dosen pembimbing pertama dan Drs. Totok Supriyanto selaku dosen pembimbing kedua yang berkenan membimbing dengan segala kerelaan, kesabaran dan pengorbanan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Mudjiono selaku Pimpinan Kebun PT. Fajar Mekar Indah, Pasuruan yang telah memberikan izin melakukan penelitian dan memberikan informasi yang diperlukan untuk melengkapi skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
7. Seluruh Staf dan Karyawan PT. Fajar Mekar Indah, Pasuruan yang ramah dan bersahabat selama penulis melakukan penelitian.
8. Keluar Bapak Kusnan di Pasuruan yang telah memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Kelompok diskusi ; Dio, Riko, Fani, Fembri, Eki, Riza, Yori, Pita dan kawan-kawan yang membantu membangun karakter hidup yang baru.

10. Keluarga besar Permato Jember, atas kesempatannya memberikan waktu dan tempat untuk berkreasi.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat untuk pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya agar bisa menjadi pelajaran dalam menghadapi masa depan. Kepada semua pihak yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini penulis ucapkan terima kasih dan semoga amalannya mendapat balasan dari Allah SWT.

Jember, Juni 2006

Penulis

DAFTAR ISI

Persembahan	i
Motto.....	ii
Pernyataan.....	iii
Pengesahan.....	iv
Kata pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB 1. Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	5
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan penelitian	6
1.3.2 Mafaat penelitian	6
1.4 Konsepsi dasar.....	7
1.4.1 Konsep pemasaran.....	7
1.4.2 Konsep komunikasi pemasaran	9
1.4.3 Konsep bauran pemasaran (Marketing Mix).....	10
1.4.4 Konsep periklanan	13
1.4.5 Konsep penjualan	25
1.4.6 Pengaruh biaya periklanan terhadap volume penjualan	27
1.5 Penelitian terdahulu	28
1.6 Model analisis	29
1.7 Asumsi	29
1.8 Rumusan hipotesis	29
1.9 Definisi operasional	30
1.10 Metode penelitian.....	31
1.10.1 Jenis Penelitian	31
1.10.2 Jenis data	32
1.10.3 Tahap persiapan	32

1.10.4 Tahap pengumpulan data	33
1.10.5 Tahap Analisis data	34
1.10.6 Tahap penarikan kesimpulan	38
BAB 2. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
2.1 Sejarah dan perkembangan perusahaan	39
2.2 Tujuan perusahaan	40
2.2.1 Tujuan jangka pendek	40
2.2.2 Tujuan jangka menengah	41
2.2.3 Tujuan jangka panjang	41
2.3 Struktur organisasi Perusahaan.....	41
2.4 Karyawan	44
2.5 Wilayah pemasaran	45
2.6 Jenis produksi	46
2.7 Alat Promosi	48
2.8 Proses pemasaran	49
2.9 Arus kewenangan dalam pengambilan keputusan	50
2.10 Prosedur pengusulan program periklanan	52
2.11 Prosedur pelaksanaan program periklanan	53
2.12 Biaya periklanan	55
2.13 Volume penjualan	56
BAB 3. Analisis data dan pembahasan.....	58
3.1 Analisis data pengaruh biaya periklanan terhadap volume penjual.....	58
3.1.1 Penentuan persamaan regresi linear sederhana	58
3.1.2 Pengujian koefisien regresi biaya periklanan terhadap volume penjualan (Uji t- test)	60
3.1.3 Penentuan koefisien korelasi (r) dan koefisien determinasi (r ²)	61
3.2 Pembahasan.....	62
BAB 4. Kesimpulan	64
Daftar Pustaka	
Lampiran- lampiran	