

**JUDUL SKRIPSI**  
**ANALISIS VARIABEL YANG MEMPENGARUHI VOLUME**  
**PENJUALAN PADA SENTRAL YAMAHA DI JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Elis Priono  
NIM : 010810291544  
Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

6 Februari 2008

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

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Drs. Adi Prasodjo, MP : .....  
NIP. 131 691 014

Sekretaris : Drs. Budi Nurhardjo, M.Si : .....  
NIP. 131 408 353

Anggota I : Dr. Imam Suroso, SE., M.Si : .....  
NIP. 131 759 838

Anggota II : Drs. Hadi Wahyono, MM : .....  
NIP. 131 877 447

Mengetahui ;  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

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

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS VARIABEL YANG MEMPENGARUHI  
VOLUME PENJUALAN PADA SENTRAL YAMAHA  
DI JEMBER

Nama mahasiswa : Elis Priono

NIM : 010810291544

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE., M.Si  
NIP. 131 759 838

Drs. Hadi Wahyono, MM  
NIP. 131 877 447

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hari Sukarno, MM  
NIP. 131 759 761

Disetujui : 31 Januari 2008

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Elis Priono  
NIM : 010810291544  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Volume  
Penjualan Pada Sentral Yamaha Di Jember

Mengatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia bertanggung jawab dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 18 Februari 2008

Yang menyatakan

Elis Priono  
NIM.010810291544

## **PERSEMBAHAN**

Dengan senantiasa mengharapkan rahmat dan ridlo-Nya, kupersembahkan karya tulis ini untuk :

- ❖ Ayahanda dan Ibundaku tersayang
- ❖ Mas Azis, Mbak Yati, Mbak Hadiyah, Mbak Anif, Mas Basuki, Mas Teguh dan Mas Edi yang selalu jadi inspirasi dan motivasiku untuk terus maju.
- ❖ Teman-temanku.
- ❖ Almamaterku yang kubanggakan.

## MOTTO

"Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum, sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri".

( Al-Qur'an surat Ar-Ra'du ayat 11 )

"Kegagalan bukanlah hal terburuk, yang terburuk adalah mereka yang tidak pernah mencobanya sama sekali, yang berhenti berjuang dan yang mudah putus asa".

( Abu Al- Ghifari )

"Baik hatinya seseorang tergantung dari baiknya amal dan baiknya amal tergantung dari baiknya niat".

( Mutharrif bin Abdullah )

## ABSTRAKSI

Penelitian ini di beri judul Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Sentral Yamaha Di Jember.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel harga jual ( $X_1$ ), harga jual pesaing ( $X_2$ ) dan biaya promosi ( $X_3$ ) baik secara bersama - sama maupun parsial terhadap volume penjualan ( $Y$ ) serta untuk mengetahui variabel manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap volume penjualan ( $Y$ ) pada Sentral Yamaha Di Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif eksplanatif* dengan pengambilan data menggunakan data sekunder. Variabel-variabel independen yang diteliti adalah variabel harga jual ( $X_1$ ), harga jual pesaing ( $X_2$ ) dan biaya promosi ( $X_3$ ). Sedangkan variabel dependennya adalah variabel volume penjualan ( $Y$ ).

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dan juga menggunakan metode asumsi klasik untuk menguji kelayakan suatu model regresi linier berganda. Dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga jual ( $X_1$ ), harga jual pesaing ( $X_2$ ) dan biaya promosi ( $X_3$ ) terhadap volume penjualan ( $Y$ ). Dari uji F didapat  $F_{hitung}$  sebesar 16,997. dengan tingkat signifikansi 0.000. Dengan uji koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) didapat pengaruhnya yaitu sebesar 61.4 %. Sedangkan pada uji t didapat  $t_{hitung}$  harga jual ( $X_1$ ) sebesar -1,055 dengan tingkat signifikansi 0,299 dan  $t_{hitung}$  pada harga jual pesaing ( $X_2$ ) sebesar 2,276 dengan tingkat signifikansi 0,10 serta  $t_{hitung}$  pada biaya promosi ( $X_3$ ) sebesar 3,011 dengan tingkat signifikansi 0,05. Dari ketiga variabel tersebut diketahui bahwa variabel biaya promosi memberikan kontribusi paling besar, hal ini dapat diketahui dari hasil analisis koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 47,0 %.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan hanya untuk Allah SWT, karena hanya dengan karunia dan ridlo-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam tetap terlimpahkan bagi penyelamat dan penerang seluruh umat manusia yaitu Nabi Muhammad SAW.

Selama penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, selayaknya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Sarwedi, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Hari Sukarno, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Imam Suroso, MSi, selaku Dosen Pembimbing I, atas semua saran, arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs. Hadi Wahyono, MM, selaku Dosen Pembimbing II, atas semua saran, arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Manajer dan karyawan pada Sentral Yamaha Jember yang telah memberikan ijin dan membantu penulis dalam melakukan penelitian.
6. Ayahanda dan Ibundaku tercinta dengan semua limpahan kasih sayang serta mas dan mbakku semuanya dengan semua limpahan kasih sayang dan bimbingan serta panjatan do'anya.
7. Temanku manajemen *Genjus* Yusuf E, *Gembler* Yusuf W, *Tombrokolo* Edi, Arif *Kuneng*, Yusuf *Ajung*, Arief *Metro*, Anwar, Wahyu *Polo*, Rully

dan semua teman-teman yang tidak dapat kusebutkan satu persatu, terima kasih atas persahabatannya dan kekompakannya.

8. Teman2 kosan Bengawan Solo : Afil, Rossi, Ribut, Udin, Joko, Bagio, Aris, Haris, Lega dan lainnya serta bapak / ibu Slamet, terima kasih atas bantuan dan dukungannya
9. Semua temanku : Wasis, Sincan, Ali Machfud, Mas Eko data, Anton MIPA Awang Bdmtn. dan semua teman-temanku yang tidak dapat kusebutkan satu persatu saya ucapkan terima kasih atas dukungannya.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, penulis berharap semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkenan dan memerlukannya.

Jember, 25 Januari 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah .....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teoritis dan Empiris .....	5
2.1.1 Kajian Teoritis .....	5
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	5
2.1.1.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) .....	6
2.1.1.3 Harga Jual .....	7
2.1.1.4 Pengertian Penjualan .....	12
2.1.1.5 Permintaan Pasar .....	12

2.1.1.6 Sistem Komunikasi Pasar .....	14
2.1.1.7 Promosi.....	15
2.1.1.8 Hubungan antara Penjualan dengan Promosi .....	18
2.1.2 Kajian Empiris.....	18
2.2 Kerangka Konseptual .....	19
2.3 Hipotesis .....	20

### **III.METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	21
3.2 Jenis dan sumber Data .....	21
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	21
3.4 Metode Analisis Data .....	22
3.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	22
3.4.2 Uji Hipotesis .....	25
3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
3.4.4 Penentuan Koefisien Determinasi .....	27
3.5 Kerangka Pemecahan Masalah .....	29

### **IV. PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	31
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	31
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	31
4.1.3 Personalia Perusahaan .....	37
4.1.3.1 Jumlah Tenaga Kerja.....	37
4.1.3.2 Hari dan Jam Kerja.....	38
4.1.3.3 Sistem Pemberian Gaji dan Tunjangan.....	38
4.1.3.4 Kebijakan Harga.....	39
4.1.3.5 Kebijakan Promosi .....	40
4.2 Uji Asumsi Klasik .....	44
4.3 Uji Hipotesis .....	47
4.4 Metode Analisis Data .....	49
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi Berganda ( $R_2$ ).....	50

4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ ) .....	50
4.3 Pembahasan .....	51
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

### Tabel

4.1 : Jenis dan Jumlah Tenaga Kerja pada Sentral Yamaha Jember.....	37
4.2 : Harga jual sepeda motor Yamaha jenis New Vega R 110cc pada Sentral Yamaha Jember tahun 2004-2006 (Rupiah / unit).....	40
4.3 : Biaya promosi pada Sentral Yamaha Jember tahun 2004-2006 (Rupiah)	42
4.4 : Harga jual sepeda motor Suzuki jenis New Smash 110cc tahun 2004-2006 (Rupiah / unit).....	43
4.5 : Rekapitulasi hasil perhitungan <i>VIF</i> dan angka <i>TOLERANCE</i> .....	44
4.6 : Uji t terhadap koefisien regresi hasil penjualan dengan <i>Glejser test</i> ....	45
4.7 : Rekapitulasi hasil analisis regresi linier berganda.....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	
2.1 : Kerangka Konseptual Penelitian .....	19
3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah .....	29
4.1 : Struktur Organisasi Sentral Yamaha Jember .....	33
4.2 : Uji Normalitas .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- 1 : Data hasil penjualan pada Sentral Yamaha Jember.
- 2 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.
- 3 : Hasil Uji Heterokedastisitas dengan *Uji Glejser*.
- 4 : Hasil Uji Normalitas