



**ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP  
VOLUME PENJUALAN PADA PERUMAHAN  
PURI BUNGA NIRWANA JEMBER  
(Studi Kasus Pada PT. Bumi Mentari Megah, Kabupaten Jember)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**Dwi Ratna Eny Purwanti  
NIM 070810291089**

**JURUSAN MANAJEMEN NR  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**



**ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP  
VOLUME PENJUALAN PADA PERUMAHAN  
PURI BUNGA NIRWANA JEMBER  
(Studi Kasus Pada PT. Bumi Mentari Megah, Kabupaten Jember)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Oleh:

**Dwi Ratna Eny Purwanti  
NIM 070810291089**

**JURUSAN MANAJEMEN NR  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perumahan Puri Bunga Nirwana Jember (Studi Kasus Pada PT. Bumi Mentari Megah, Kabupaten Jember)

Nama : Dwi Ratna Eny Purwanti

NIM : 070810291089

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 10 Oktober 2011

Pembimbing I

Pembimbing II

**Drs. Adi Prasodjo, MP**  
NIP. 19550516 198703 1 001

**Drs. Ketut Indraningrat, M.Si**  
NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

**Prof. Dr. Dra. Istifadah, M.Si**  
NIP. 19661020 199002 2 001

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

nama : Dwi Ratna Eny Purwanti

Jurusan : Manajemen

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perumahan Puri Bunga Nirwana Jember” (Studi Kasus Pada PT. Bumi Mentari Megah, Kabupaten Jember) adalah benar-benar karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan, saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 18 Oktober 2011

Yang Menyatakan,

Dwi Ratna Eny Purwanti

NIM 070810291089

**JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP  
VOLUME PENJUALAN PADA PERUMAHAN  
PURI BUNGA NIRWANA JEMBER  
(Studi Kasus Pada PT. Bumi Mentari Megah, Kabupaten Jember)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Dwi Ratna Eny Purwanti

NIM : 070810291089

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

18 Oktober 2011

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

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Drs. Kamarul Imam, M.Sc. ....  
NIP. 19480922 198103 1 001

Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si. ....  
NIP. 19610710 198902 1 002

Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP. ....  
NIP. 19550516 198703 1 001

Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc.  
NIP. 19560831 198403 1 002

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah...., terselesaikan juga satu langkah hidupku. Semua ini tulus kupersembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, pengabdian, ungkapan terima kasihku, hormat dan kasih sayangku kepada :

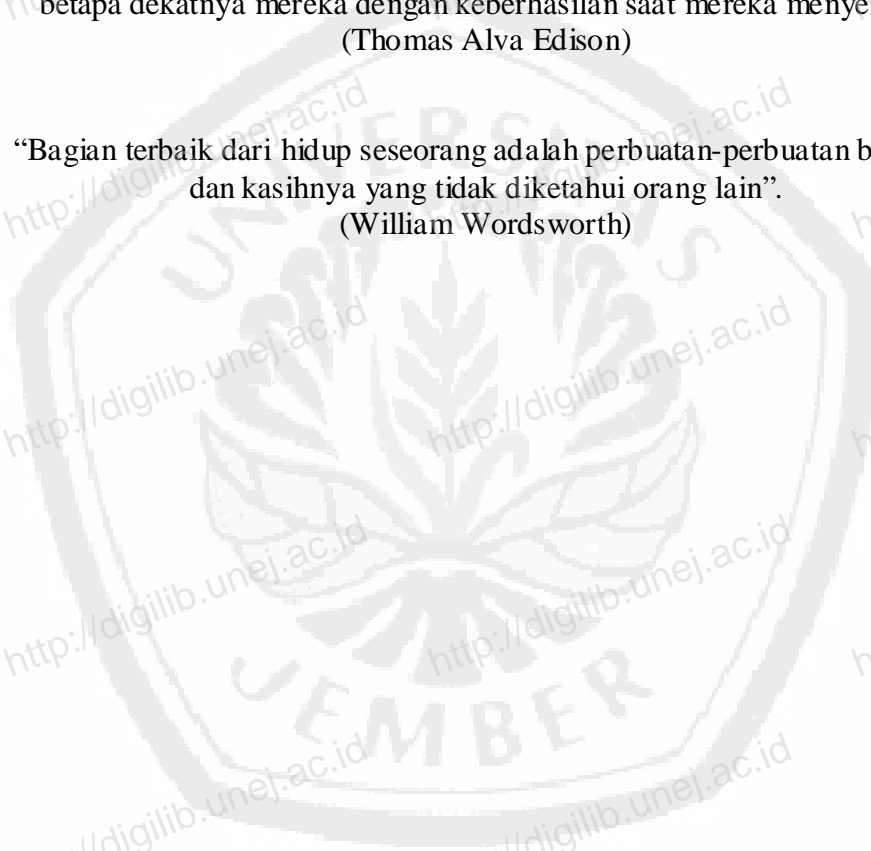
- ❖ Allah SWT, karena hanya kekuasaanNya dan ridhoNya semuanya dapat tercapai dan terwujud;
- ❖ Ibunda Siti Romdah dan Ayahanda Drs.H.Edy Purwanto yang selalu mengiringi langkah hidupku dengan penuh kemandirian dan tanggung jawab serta memberikan dukungan do'a, dorongan moril maupun materiil;
- ❖ Kakakku Arief Andri Purwanto, Adikku Devi Fitriana Aini Ainia, dan yang tersayang N.Arifa'i Wijayanto yang selalu memberikan semangat dan dukungan;
- ❖ Guru-guruku sejak SD sampai Perguruan Tinggi terhormat, yang telah mendidik dan membimbingku dengan penuh kesabaran;
- ❖ Almamater yang kubanggakan.

## MOTTO

“Ketahuilah bahwa sabar, jika dipandang dalam permasalahan seseorang adalah ibarat kepala dari suatu tubuh. Jika kepalanya hilang maka keseluruhan tubuh itu akan membusuk. Sama halnya, jika kesabaran hilang, maka seluruh permasalahan akan rusak”.  
(Khalifah Ali)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”.  
(Thomas Alva Edison)

“Bagian terbaik dari hidup seseorang adalah perbuatan-perbuatan baiknya dan kasihnya yang tidak diketahui orang lain”.  
(William Wordsworth)



Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perumahan  
Puri Bunga Nirwana Jember (Studi Kasus Pada PT. Bumi Mentari Megah,  
Kabupaten Jember)

*(Campaign Against Cost Analysis Effect of Volume Sales On Perumahan Puri  
Bunga Nirwana Jember (Case Study At PT. Mentari Bumi Megah, Jember))*

Dwi Ratna Eny Purwanti

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAKSI

Promosi dan komunikasi terangkum dalam bauran promosi yang memuat kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel biaya periklanan, biaya *personal selling* dan biaya promosi, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan dari program penjualan: meningkatkan jumlah penjualan agar meningkat pula jumlah laba yang diperoleh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi yang terdiri dari : biaya periklanan, biaya *personal selling*, dan biaya promosi penjualan terhadap volume penjualan secara bersama-sama, untuk mengetahui pengaruh biaya promosi yang terdiri dari : periklanan, *personal selling* dan promosi penjualan terhadap volume penjualan secara parsial. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data berdasarkan rangkaian waktu (*time series*). Penelitian ini merupakan *explanatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Alat analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil studi menunjukkan bahwa variabel biaya periklanan, biaya *personal selling*, dan biaya promosi penjualan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan, biaya periklanan merupakan variabel bebas yang memiliki pengaruh paling besar terhadap volume penjualan.

Kata kunci : biaya periklanan, biaya *personal selling*, biaya promosi penjualan,  
volume penjualan



## PRAKATA

Dengan mengucapkan rasa syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Atas berkat limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perumahan Puri Bunga Nirwana Jember (Studi Kasus Pada PT. Bumi Mentari Megah, Kabupaten Jember)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

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

1. Bapak Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Dr. Istifadah, M.Si Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Bapak Drs.Adi Prasodjo, MP selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
4. Keluarga, Ibunda Siti Romdah, Bapak Drs.H.Edy Purwanto, Kakakku Arief Andri Purwanto dan Dian Hanura, Adikku Devi Fitriana A.A dan Moh.Zaqi Andrean H., atas do'a, kasih sayang, dan dukungannya;
5. N.Arifa'i Wijayanto, terima kasih atas do'a, dukungan, semangat, dan kasih sayangnya;
6. Manajemen PT.BUMI MENTARI MEGAH (Perumahan Puri Bunga Nirwana) Jember, yang telah memberikan izin dan data yang diperlukan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
7. Teman-teman kerja dari PT.BUMI MENTARI MEGAH (Perumahan Puri Bunga Nirwana) Jember dan PT. BPR Nusamba Rambipuji yang telah memberi semangat, motivasi, dan dukungan,
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2007;
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

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

Jember, Oktober 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	4
<b>1.4 Kegunaan Penelitian</b> .....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	5
2.1.1 Pemasaran dan Fungsi-Fungsi Pemasaran .....	5
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	7
2.1.3 Promosi .....	10
2.1.4 Hubungan dan Pengaruh Promosi Dengan Penjualan .....	16
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	18
<b>2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis</b> .....	20
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	22
<b>3.1 Rancangan Penelitian</b> .....	22
<b>3.2 Jenis dan Sumber Data</b> .....	22

<b>3.3 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel</b> .....	22
3.3.1 Identifikasi Variabel.....	22
3.3.2 Definisi Operasional Variabel.....	23
<b>3.4 Metode Analisis Data</b> .....	23
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	30
<b>4.1 Sejarah Singkat PT. Bumi Mentari Megah</b> .....	30
<b>4.2 Struktur Organisasi</b> .....	31
<b>4.3 Aspek Tenaga Kerja</b> .....	37
<b>4.4 Aspek Teknik</b> .....	39
4.4.1 Perencanaan Proyek .....	39
4.4.2 Type Rumah dan Rencana Bangunan .....	39
4.4.3 Spesifikasi Teknis Bangunan.....	40
<b>4.5 Tren Penjualan dan Biaya Promosi</b> .....	40
4.5.1 Volume Penjualan.....	40
4.5.2 Biaya Periklanan.....	42
4.5.3 Biaya <i>Personal Selling</i> .....	42
4.5.4 Biaya Promosi Penjualan.....	43
<b>4.6 Analisis Data</b> .....	45
4.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.6.2 Uji F .....	48
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	49
4.6.4 Uji t .....	49
4.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.6.6 Analisis Koefisien Regresi .....	52
<b>4.7 Pembahasan</b> .....	53
4.7.1 Pengaruh Biaya Periklanan Terhadap Volume Penjualan ....	53
4.7.2 Pengaruh Biaya <i>Personal Selling</i> Terhadap Volume Penjualan .....	54
4.7.3 Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan.....	54

<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	58
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	19
4.1 Jumlah Tenaga Kerja PT. Bumi Mentari Megah .....	38
4.2 Spesifikasi Teknik Bangunan.....	40
4.3 Volume Penjualan Perumahan Puri Bunga Nirwana Jember.....	41
4.4 Biaya Periklanan Perumahan Puri Bunga Nirwana Jember (Rp/Semester).....	42
4.5 : Biaya <i>Personal Selling</i> Perumahan Puri Bunga Nirwana Jember (Rp/Semester).....	42
4.6 Biaya Promosi Penjualan Perumahan Puri Bunga Nirwana Jember (Rp/Semester).....	43
4.7 Biaya periklanan, biaya personal selling, biaya promosi penjualan dan volume penjualan Perumahan Puri Bunga Nirwana Jember .....	44
4.8 <i>Eigenvalue</i> dan <i>Condition Index</i> Variabel Bebas.....	45
4.9 Hasil Perbandingan Nilai $\alpha = 0,05$ dengan Sig.t (Probabilitas t) variabel bebas.....	47
4.10 Hasil Analisis Uji F.....	48
4.11 Hasil Analisis Uji t.....	50
4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	21
3.1 Daerah Pengujian Durbin Watson Korelasi Positif.....	24
3.2 Daerah Pengujian Durbin Watson Korelasi Negatif.....	25
3.3 Daerah Pengujian Durbin Watson Keragu-raguan.....	25
3.4 Daerah pengujian $F_{test}$ .....	27
3.5 Daerah pengujian $t_{test}$ .....	29
4.1 Struktur Organisasi PT. Bumi Mentari Megah.....	31
4.2 Daerah Pengujian Durbin Watson Autokorelasi Positif.....	46
4.3 Daerah Pengujian Durbin Watson Autokorelasi Negatif.....	46
4.4 Daerah Pengujian Durbin Watson Keragu-raguan.....	46
4.5 Kurva Normal Pengujian dengan $F-test$ .....	49
4.6 Kurva normal $t-test$ Variabel Biaya Periklanan.....	50
4.7 Kurva normal $t-test$ Variabel Biaya <i>Personal Selling</i> .....	51
4.8 Kurva normal $t-test$ Variabel Biaya Promosi Penjualan.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas)

Lampiran 2. Uji F, Uji Koefisien Determinasi Berganda, Uji t, Regresi Linier Berganda

Lampiran 3. Tabel Durbin-Watson  $\alpha = 5\%$

Lampiran 4. Tabel Distribusi F

Lampiran 5. T tabel

Lampiran 6. Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian

Lampiran 7. Surat Telah Melaksanakan Penelitian

