



MILIK PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JEMBER

PENGARUH PELAKSANAAN PROMOTIONAL MIX TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA PT. SAWI UTAMA
KEDIRI TAHUN 1995 / 1996

SKRIPSI

Tidak Dipinjamkan Keluar



Oleh :

HERMANTO

8902106318

Asal : <u>Mediuh Pembelian</u>	PT/
Terima : Tgl <u>24 SEP 1996</u>	KLASS <u>658.81</u>
No.Induk: <u>PT196-1464</u>	<u>HER</u>
	<u>β</u>
	<u>llp.</u>

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER

JUNI 1996

MOTTO:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَغَيِّرُ مَا قَدَّمَ بِمَا كَانُوا يَفْعَلُونَ

....."Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri".... (Q.S. Ar Ra'd: 11. dalam R.H.A. Soenarjo, 1971: 370).

SKRIPSI INI KUPERSEMAHKAN KEPADA:

1. Ayah dan Bundaku terhormat yang selalu berusaha dan berdoa untuk kesuksesanku.
2. Guru-guruku terhormat yang telah memberikan bimbingan dan tuntunannya.
3. Teman-teman seperjuangan .
4. Almamaterku yang selalu kujunjung tinggi.

**PENGARUH PELAKSANAAN PROMOTIONAL MIX TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA PT. SAWI UTAMA
KEDIRI TAHUN 1995/1996**

SKRIPSI

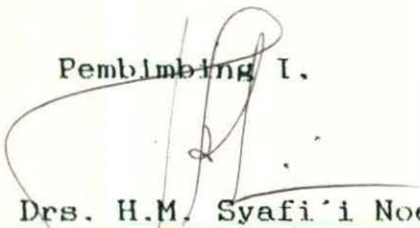
Diajukan Untuk Dipertahankan di Depan Tim Penguji Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh:

Nama Mahasiswa : HERMANTO
NIM : 890 210 6318
Angkatan Tahun : 1989
Jurusan/Program : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial/Pendidikan Ekonomi
Daerah Asal : Kediri
Tempat/Tanggal Lahir: Kediri, 20 JANUARI 1968

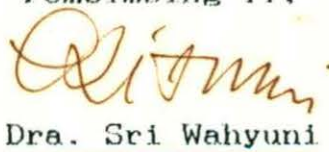
Disetujui Oleh:

Pembimbing I.


Drs. H.M. Syafi'i Noer

NIP. 130 325 911

Pembimbing II.


Dra. Sri Wahyuni

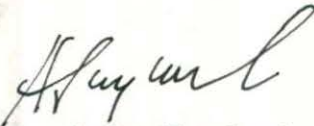
NIP. 131 386 651

Dipertahankan Di Depan Panitia Penguji Pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 28 Juni 1996
Jam : 09.30 - 10-30 BBWI
Tempat : Ruang Ujian Skripsi FKIP Utara
(Sastra Lama)

Tim Penguji

Ketua



Drs. Amin Soejanto
NIP: 130 178 059

Sekretaris



Drs. Joko Widodo
NIP: 131 601 514

Anggota:

1. Dra. Hj. Kustontonijah

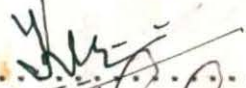
NIP: 130 325 919

2. Drs. H.M. Syafi'i Noer

NIP: 130 325 911

3. Drs. Imam Muchtar SH.

NIP: 130 810 936

()

()

()

Mengesahkan

Dekan




Drs. Soedarwoto

NIP: 130 325 914

KATA PENGANTAR

Puji sukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan Judul "Pengaruh Pelaksanaan Promotional Mix Terhadap Volume Penjualan PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996.

Tidak lupa dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

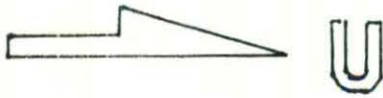
1. Rektor Universitas Jember
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
3. Kepala Kepustakaan beserta Staf Universitas Jember
4. Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu pengetahuan Sosial FKIP-Universitas Jember
5. Ketua Program Pendidikan Ekonomi FKIP - Universitas Jember
6. Pembimbing I dan II
7. Semua Pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca, demi peningkatan karya penulis di masa mendatang.

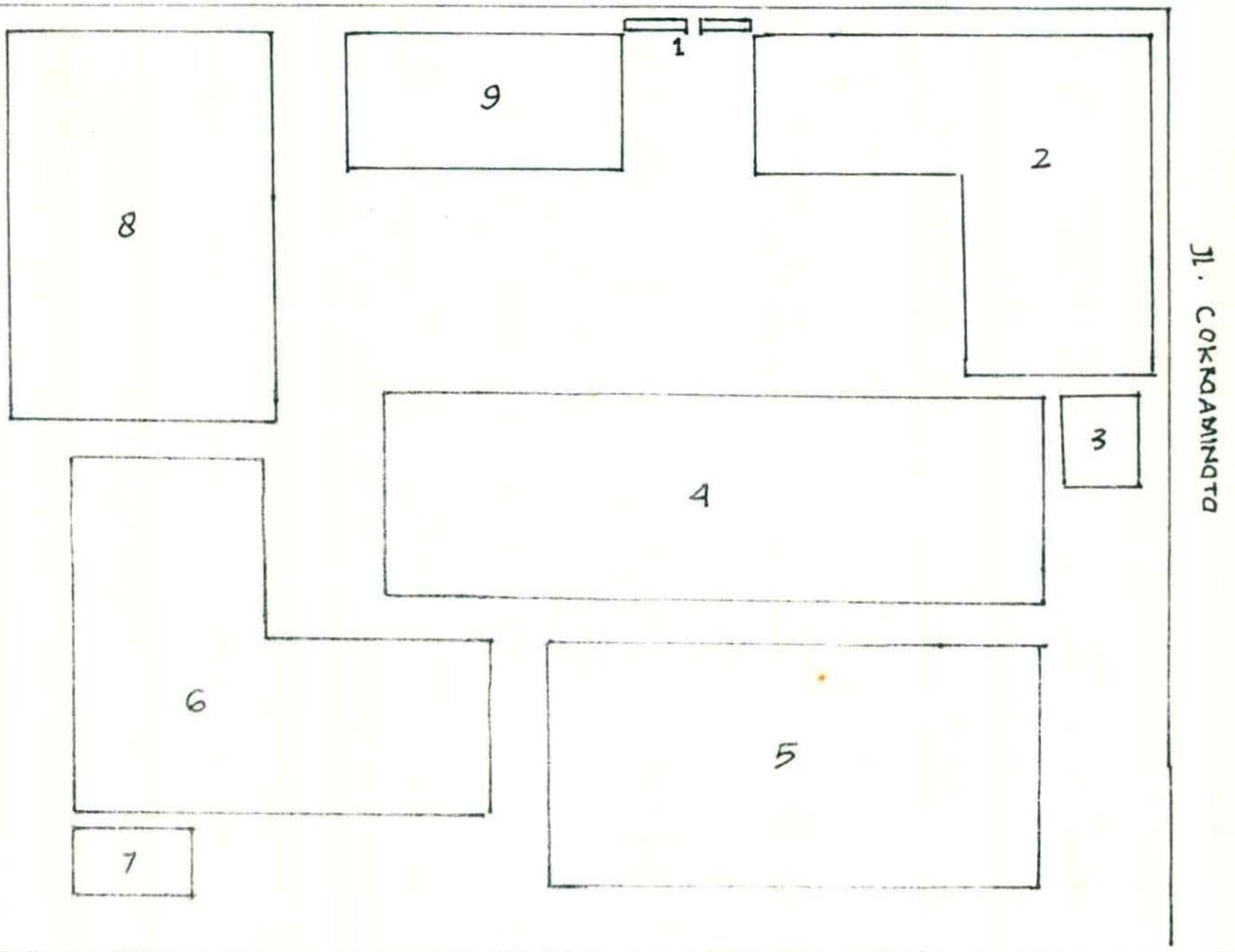
Jember, 1996

Penulis

DENAH PT SAWI UTAMA KEDIRI



Jl. TRUNJOYO



Keterangan :

- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| 1 : Pintu Gerbang | 5 : R. Pengepakan/Pembukusan |
| 2 : R. Dirut dan Karyawan | 6 : R. Produksi |
| 3 : KM Karyawan dan tamu | 7 : KM. Buruh |
| 4 : Gudang | 8 : R. Penerimaan Bahan Mentah |
| | 9 : R. Parkir. |

Sumber : Perusahaan Kecap cap Sawi PT Sawi Utama Kediri.

D A F T A R I S I

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGAJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PETA LOKASI PERUSAHAAN	vii
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	ix
HALAMAN ABSTRAK SKRIPSI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Definisi Operasional Variabel	4
1.3.1 Pelaksanaan Promosional Mix	4
1.3.2 Volume Penjualan	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Umum	5
1.4.2 Tujuan Khusus	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
2.1 Dasar Pandangan Teori Tentang Promosional Mix	7
2.1.1 Dasar Pandangan Teori tentang Periklanan	9
2.1.1.1 Frekuensi Pelaksanaan Per- iklanan Melalui Media Cetak	11
2.1.1.2 Frekuensi Pelaksanaan Per- iklanan Melalui Media Elektronik	13

2.1.2.3	Frekuensi Pelaksanaan Periklanan Melalui Media Luar Ruang.....	14
2.1.2	Promosi Penjualan	14
2.2.1.2	Pemberian Contoh Barang (Product Sample)	17
2.1.2.2	Pemberian Bonus/Hadiah	17
2.1.2.3	Pemberian Rabat (Cash Refund)...	18
2.2	Dasar Pandangan Teori Tentang Volume Penjualan	19
2.2.1	Sistem Penjualan	19
2.2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan	20
2.3	Dasar Pandangan Teori Tentang Pengaruh Promosional Mix Terhadap Volume Penjualan	21
2.3.1	Dasar Pandangan Teori Tentang Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan	22
2.3.2	Dasar Pandangan Teopri Tentang Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan	23
2.4	Hipotesis Penelitian	24
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Rancangan Penelitian	27
3.2	Penentuan Daerah Penelitian	27
3.3	Metode Penentuan Responden dan Informan Penelitian	28
3.4	Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1	Metode Angket	30
3.4.2	Metode Dokumentasi	31
3.4.3	Metode Interviu.....	31
3.4.4	Metode Observasi	32
3.5	Tekhnik Analisis Data	33

3.5.1 Langkah-langkah Dalam Analisis	
Data	34
3.5.1.1 Editing	34
3.5.1.2 Koding	35
3.5.1.3 Tabulasi	35
3.5.1.4 Analisis	35
3.5.2 Teknik Menganalisis data dan	
Menguji Hipotesis	35
3.5.1.5 Analisis Korelasi Jenjang	
Nihil	36
3.5.1.6 Analisis Korelasi Parsial	
Jenjang Pertama	36
3.5.1.6 Analisis Korelasi Ganda ...	36
3.5.1.7 Analisis Regresi	38
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	42
4.1 Data Pelengkap	42
4.1.1 Gambaran Umum daerah Penelitian ..	42
4.2 Data Utama	52
4.3 Analisis Data	53
4.3.1 Penyajian Data	54
4.4 Pengujian Hipotesis	59
4.5 Diskusi Hasil penelitian	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran-saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Instrumen Penelitian
3. Angket Penelitian
4. Identitas Responden Penelitian

5. Identitas Informan penelitian
6. Tabulasi Skor Periklanan (X1)
7. Tabulasi Skor Promosi Penjualan (X2)
8. Tabulasi Skor Volume Penjualan (Y)
9. Rekapitulasi Skor Responden
10. Surat Ijin Penelitian
11. Tabel Uji Signifikansi r Product Moment dan Uji F test

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	J u d u l Nama Tabel	hal.
1	2	3
1.	Realisasi Penjualan PT. Sawi Utama Kediri	50

ABSTRAK SKRIPSI

Hermanto, Juni 1996, "Pengaruh Pelaksanaan Promosional Mix Terhadap Volume Penjualan PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996".

Skripsi, Program Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Pembimbing I : Drs. H.M. Syafi'i Noer
II : Dra. Sri Wahyuni

Kata Kunci : Pelaksanaan Promosional Mix Dengan Volume Penjualan

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pelaksanaan promotional mix terhadap volume penjualan pada PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996. Adapun masalah yang diangkat dari judul ini adalah:

A. Masalah Umum

Adakah pengaruh pelaksanaan promotional mix terhadap volume penjualan pada PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996.

B. Masalah Khusus

a. Adakah pengaruh pelaksanaan periklanan terhadap volume penjualan pada PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996.

b. Adakah pengaruh pelaksanaan promosi penjualan terhadap volume penjualan pada PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996.

Tempat penelitian ini di wilayah kerja PT. Sawi Utama Kediri yang ada di Kecamatan Mojoroto Kabupaten Kediri, dengan responden sejumlah 34 yang diambil dari karyawan bagian pemasaran PT. Sawi Utama Kediri.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode populasi untuk mengambil responden, sedangkan metode pengumpulan data dengan menggunakan angket, dokumentasi, interview dan metode observasi. Cara yang ditempuh untuk mengolah data hasil penelitian dengan menggunakan metode statistik, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

A. Korelasi jenjang nihil (product moment)

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Kemudian dikonsultasikan dengan tabel r teoritik pada taraf signifikansi 5%.

B. Analisis regresi

a. Persamaan garis regresi

$$Y = a_1X_1 + a_2X_2 + K$$

b. Koefisien korelasi

$$R_{y(1,2)} = \sqrt{\frac{n_1 \sum x_1 y + n_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

Untuk mengetahui apakah hasil perhitungan tersebut murni atau tidak harus melakukan analisis regresi dengan menemukan harga F. Adapun rumus yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m (1 - R^2)}$$

Dari hasil perhitungan F tersebut dikonsultasikan dengan F tabel teoritik pada taraf signifikan 5%.

Berdasarkan pada analisis statistik tentang pengaruh pelaksanaan promotional mix terhadap volume penjualan pada PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996, dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang positif antara pelaksanaan promotional mix terhadap volume penjualan pada PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996, hal ini dibuktikan dengan:

- a. Ada pengaruh pelaksanaan periklanan terhadap volume penjualan pada PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996, Dengan hasil perhitungan korelasi product moment yang menunjukkan $r = 0,74858607$ yang lebih besar dari r tabel 0,339 dan diperkuat dengan besarnya sumbangan relatif pelaksanaan periklanan terhadap volume penjualan sebesar 29,679%.
- b. Ada pengaruh pelaksanaan promosi penjualan terhadap volume penjualan pada PT. Sawi Utama Kediri Tahun 1995/1996. Dengan hasil perhitungan korelasi product moment yang menunjukkan $r = 0,802346134$ yang lebih besar dari r tabel 0,339 dan diperkuat dengan besarnya sumbangan relatif pelaksanaan periklanan terhadap volume penjualan sebesar 43,908%.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito, 1977, Marketing, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Anonim, 1988, Bahan Referensi Penataran Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila, Direktorat Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- Anto Dajan, 1993, Pengantar Metode Statistik II, LP3ES, Yogyakarta.
- Anton M. Moeliono, 1989, Metode Research Pengantar Ilmiah, Jamnars, Bandung.
- Arief Furchan, 1982, Pengantar Penelitian dalam Pendidikan, Usaha Nasional, Surabaya.
- Basu Swastha, 1980, Manajemen Barang dalam Pemasaran, BPFE UGM, Yogyakarta.
- , 1984, Azaz-Azaz Marketing, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Irawan, 1990, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Hadiri Nawawi, 1991, Pengawasan Melekat di Lingkungan Aparatur Pemerintah, Erlangga, Jakarta.
- Julian Cummins, 1992, Promosi Penjualan, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Kartini Kartono, 1990, Pengantar Metodologi Research Sosial, Alumni, Bandung.
- Koentjaraningrat, 1988, Metode-Metode Penelitian Masyarakat, Gramedia, Jakarta.
- Marzuki, 1991, Metodologi Research, BPFE UII, Yogyakarta.
- Masri Singarimbun, 1982, Metode Penelitian Survey, LP3ES, Jakarta.
- Mohammad Ali, 1984, Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi, Angkasa, Bandung.
- Mohammad Nasir, 1988, Metode Penelitian, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Poerwadarminta W.J.S., 1983, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta.
- Radiosunu, 1977, Politik Pemasaran, BPFE, Yogyakarta.
- , 1987, Manajemen Pemasaran, BPFE, Yogyakarta.
- Rewoldt, Scott dan Warshaw, 1991, Strategi Promosi Pemasaran, Rineka Cipta, Jakarta.

- Rhenald Kasali, 1993, Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Pustaka Utama Grafitti, Jakarta.
- Sanafia Faisal, 1983, Dasar dan Tehnik Menyusun Angket, Usaha Nasional, Surabaya.
- Soehardi Sigit, 1982, Marketing Praktis, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Sofyan Aseauri, 1990, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sru Adji Surjadi, 1980, Metodologi Penelitian I, Yayasan Badranaya, Jember.
- _____, 1984, Dasar Penelitian Laksana III, Induk Yayasan Badranaya, Jember.
- Suharsimi Arikunto, 1991, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis, Rineka Cipta, Jakarta.
- Sumadi Suryabrata, 1989, Metodologi Penelitian, CV Rajawali, Jakarta.
- Sutrisno Hadi, 1986, Metodologi Research Jilid I, Yayasan Penerbit FEUGM, Yogyakarta.
- _____, 1987, Metodologi Research Jilid II, Yayasan Penerbit FEUGM, Yogyakarta.
- _____, 1989, Metodologi Research Jilid III, Yayasan Penerbit FEUGM, Yogyakarta.
- _____, 1992, Statistik Jilid II, Yayasan Penerbit FEUGM, Yogyakarta.
- _____, 1992, Analisis Regresi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Winardi, 1987, Kamus Ekonomi, Alfabeta, Bandung.
- _____, 1989, Aspek-Aspek Bauran Pemasaran, Mandar Maju, Bandung.
- _____, 1989, Strategi Pemasaran (Marketing Strategy), Mandar Maju, Bandung.
- Winarno Surachmad, 1989, Pengantar Penelitian Dasar, Ilmiah Metode dan Tehnik, Tarsito, Bandung.