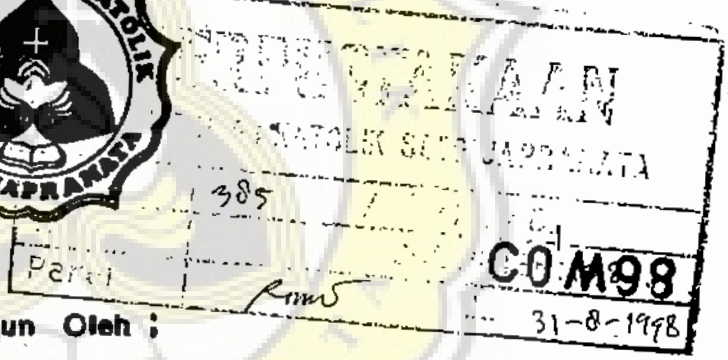


3.85.  
U

# PENGARUH PERIKLAMAN, PERSONAL SELLING, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN BAN PT. MEGA RUBBER FACTORY SEMARANG

## SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



Disusun Oleh :

Nama : LUKY WIJAYA  
NIM : 93.30.1558  
NIRM : 93.8.111,02016.50091  
Jurusan : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
1998

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

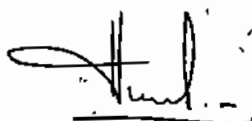
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Luky Wijaya  
NIM : 93.30.1558  
NIRM : 93.6.111.02016.50091  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan, Personal Selling,  
dan Promosi Penjualan Terhadap Volume  
Penjualan Ban PT. Mega Rubber Factory  
Semarang.

Disetujui di : Semarang

Pada Tanggal : 12-6-1998

Dosen Pembimbing I :



( Drs. Heru Sutantio. )

Dosen Pembimbing II :



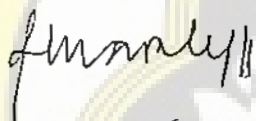
( Ratna Wulandari, SE )

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

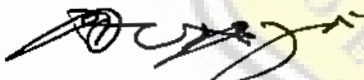
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Periklanan, Personal Selling, dan  
Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjual-  
an Ban PT. Mega Rubber Factory Semarang.

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji, :  
Semarang, 14 Agustus 1998

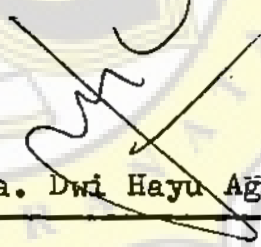
PENGUJI



1. ( Dra. B. Irmawati, MS )


(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

3. (Dra. Dwi Hayu Agustini, MBA)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

( Komala Inggarwati, SE, MM )

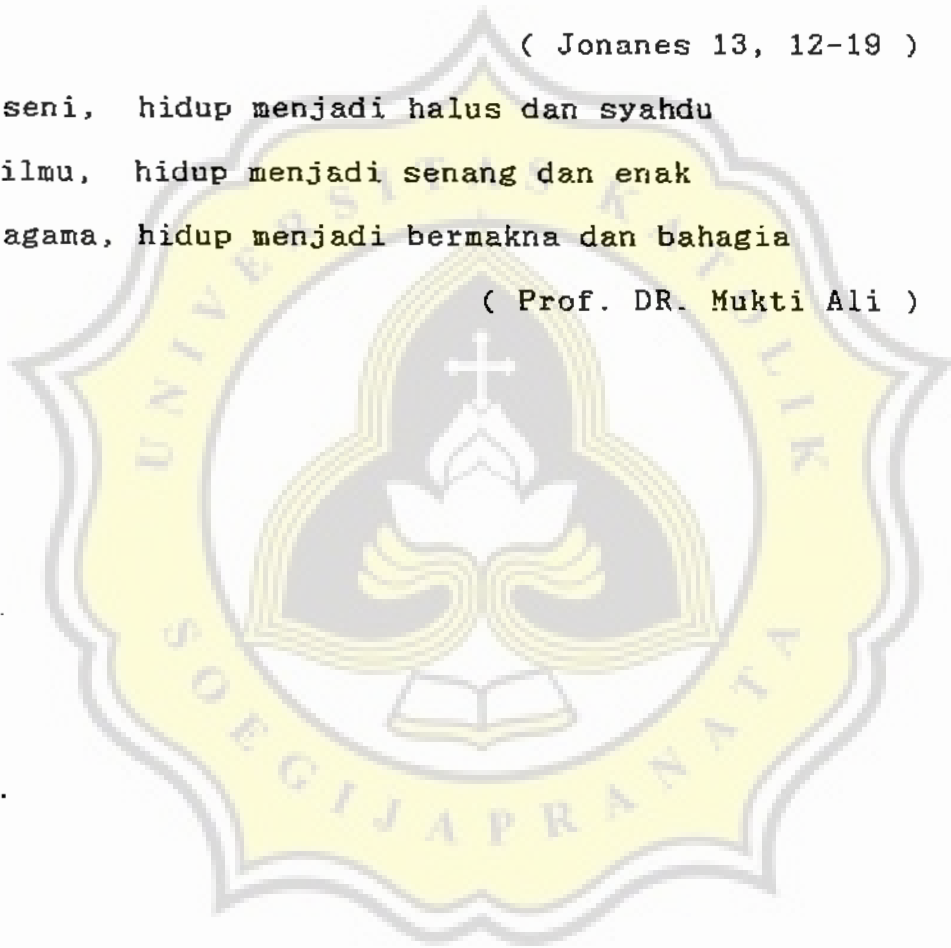
### Motto

1. Belajarlah, selama kau masih bisa dan mampu untuk melakukan, suruhlah orang lain melainkan hal yang sama, demi kelengkapan hidupnya.

( Jonanes 13, 12-19 )

2. Dengan seni, hidup menjadi halus dan syahdu  
dengan ilmu, hidup menjadi senang dan enak  
dengan agama, hidup menjadi bermakna dan bahagia

( Prof. DR. Mukti Ali )



## KATA PENGANTAR

Skripsi ini disusun dalam rangka melengkapi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana S1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh sempurna, karena kemampuan dan pengalaman dari penulis yang masih sedikit dan terbatas. Meskipun demikian, penulis berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM ; selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Heru Sutantio ; selaku dosen pembimbing I yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Ratna Wulandari, SE ; selaku dosen pembimbing II yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga , dan pikiran dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Beny Gondomawarwoto : selaku Manajer Umum dan

Personalia PT. Mega Rubber Factory Semarang yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.

5. Bapak Suhendro ; selaku Manajer Pemasaran PT. Mega Rubber Factory Semarang yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
6. Kakak, ibu penulis yang telah memberikan banyak dorongan baik berupa moril maupun materil dari awal hingga selesainya skripsi ini
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga kebaikan dan ketulusan Bapak/Ibu/Saudara sekalian mendapatkan balasan yang berlimpah dari Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, di dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik-kritik maupun saran-saran dari para pembaca, dengan harapan skripsi ini dapat menjadi lebih berguna bagi para pembaca sekalian dari pihak-pihak yang berkepentingan di kemudian hari.

Semarang,

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Motto .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar .....	
Daftar Tabel .....	
Daftar Lampiran .....	XII
Abstraksi ( intisari ).....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar belakang masalah .....	1
1.2. Perumusan masalah .....	3
1.3. Pembatasan masalah .....	4
1.4. Tujuan dan manfaat penelitian .....	4
1.4.1. Tujuan .....	4
1.4.2. Manfaat .....	4
1.5. Sistematika penulisan .....	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1. Landasan teori .....	7
2.1.1. Pengertian pemasaran .....	7
2.1.2. Pengertian konsep pemasaran .	8
2.1.3. Pengertian volume penjualan .	10

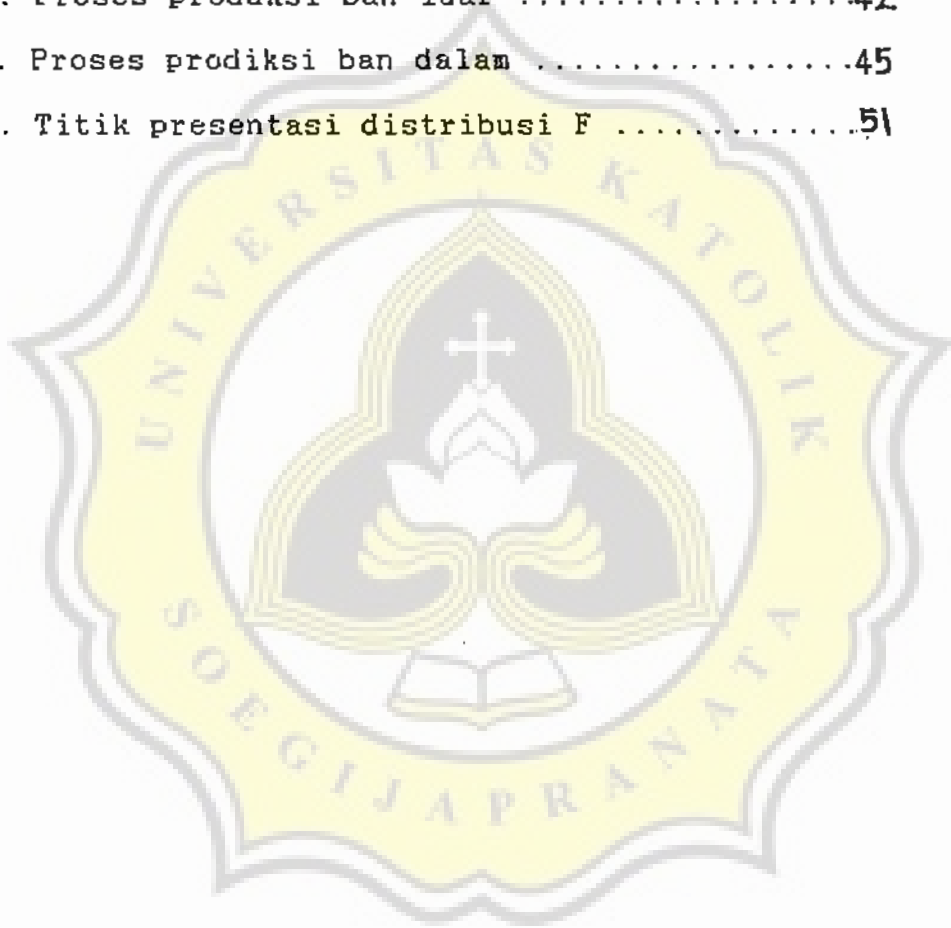
2.1.4.	Marketing mix .....	11
2.1.5.	Promotionmix (bauran promosi)	11
1.	Periklanan .....	13
a.	Pengertian Periklanan ....	13
b.	Jenis-jenis periklanan ...	14
c.	Tujuan periklanan .....	16
d.	Fungsi periklanan .....	17
e.	Syarat-syarat periklanan .	17
2.	Pengertian personal selling .	19
3.	Publisitas .....	21
4.	Pengertian promosi penjualan	22
2.2.	Kerangka Pikir .....	23
2.3.	Hipotesis .....	23
2.4.	Definisi operasional .....	24
BAB III :	METODOLOGI PENELITIAN .....	25
3.1.	Lokasi penelitian .....	25
3.2.	Jenis data .....	25
3.3.	Metode pengumpulan data .....	26
3.4.	Metode analisis data .....	26
3.4.1.	Regresi linear berganda .....	26
3.4.2.	Test hipotesis regresi linear berganda .....	27
3.4.3.	Koefisien determinasi parsial	29
BAB IV :	ANALISIS DATA .....	31
4.1.	Gambaran umum PT. Mega Rubber Factory	31
4.1.1.	Sejarah berdirinya perusahaan	31
4.1.2.	Perkembangan perusahaan .....	31



4.1.3. Struktur organisasi perusahaan	34
4.1.4. Bidang usaha .....	38
4.1.5. Bahan yang digunakan .....	38
4.1.6. Daerah pemasaran.....	39
4.1.7. Proses produksi .....	41
4.2. Analisis data .....	46
4.2.1. Regresi linear berganda .....	49
4.2.2. Uji F .....	51
4.2.3. Uji t .....	52
BAB V : PENUTUP .....	55
5.1. Kesimpulan .....	55
5.2. Saran .....	56
DAFTAR PUSTAKA .....	58
LAMPIRAN .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur organisasi .....	35
Gambar 2. Proses produksi ban luar .....	42
Gambar 3. Proses produksi ban dalam .....	45
Gambar 4. Titik presentasi distribusi F .....	51



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Data biaya periklanan, personal selling,  
dan promosi penjualan tahun 1991 - 1997 ... 49



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Perhitungan analisis data dengan SPSS (Statistical Package For Social Science)	60
Lampiran II	: Tabel presentasi distribusi F	61
Lampiran III	: Tabel presentasi distribusi t	62
Lampiran IV	: Daftar pertanyaan	63
Lampiran V	: Denah lokasi PT. Mega Kubber Factory Semarang	64
Lampiran VI	: Uraian dari biaya periklanan, personal selling, dan promosi penjualan	65

## Abstraksi (intisari)

Dalam penulisan skripsi ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel periklanan, personal selling, dan promosi penjualan terhadap volume penjualan. Selain itu juga untuk mengetahui berapa besarnya pengaruh yang ada antara ketiga variabel tersebut terhadap volume penjualan dan diantara tiga variabel itu mana yang paling besar pengaruhnya.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara periklanan, personal selling, dan promosi penjualan terhadap volume penjualan. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh yang paling kuat diantara tiga variabel itu terhadap volume penjualan menggunakan koefisien determinasi. Oleh karena menggunakan program komputer terapan SPSS ( Statistical Package For Social Science ) maka untuk mengetahui berapa pengaruh tiga variabel tersebut terhadap volume penjualan menggunakan uji f, dan  $r^2$  . Selain itu menggunakan beta untuk mengetahui pengaruh yang paling besar diantara ketiga variabel itu.

Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh membuktikan bahwa ada pengaruh antara variabel periklanan, personal selling, dan promosi penjualan terhadap volume penjualan dan besarnya pengaruh yang terdapat pada ketiga

variabel itu sangat besar. Sehingga pengaruh antara variabel periklanan, personal selling dan promosi penjualan kuat. Ini dibuktikan dengan besarnya nilai  $r^2 = 0,705069 = 75,069 \%$ ,  $F_{hit.} = 7,02202$  lebih besar dari  $F_{tab.} = 6,94$ . Sedangkan untuk yang paling besar pengaruhnya adalah personal selling. Hal ini dapat dilihat dari beta personal selling yaitu sebesar 0,544170.

