

**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP PENINGKATAN  
VOLUME PENJUALAN PADA PT. KHARISMA MATARAM JAYA  
GEMILANG YOGYAKARTA**

*The Influence of Promotional Mix to Increasing of Selling Volume on  
PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta*

**SKRIPSI**



Disusun oleh :

**RONI SUSANTO**

**20040410113**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2010**

**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP PENINGKATAN VOLUME  
PENJUALAN PADA PT. KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG YOGYAKARTA**

*The Influence of Promotional Mix to Increasing of Selling Volume on  
PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta*

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



Disusun oleh :

***RONI SUSANTO***

**20040410113**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2010**

**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP PENINGKATAN VOLUME  
PENJUALAN PADA PT. KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG YOGYAKARTA**

*The Influence of Promotional Mix to Increasing of Selling Volume on  
PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta*

SKRIPSI



Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing I

Drs. Winarso, M.M.  
NIK: 143 031

Tanggal 3 Desember 2009

**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP PENINGKATAN VOLUME  
PENJUALAN PADA PT. KHARISMA MATARAM JAYA GEMILANG YOGYAKARTA**

*The Influence of Promotional Mix to Increasing of Selling Volume on  
PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta*

**SKRIPSI**

Diajukan oleh

**RONI SUSANTO**

**20040410113**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 23 Februari 2010  
Yang terdiri dari

Dr. Heru Kurnianto Tjahjono  
Ketua Tim Penguji

Dra.Tri Maryati, M.M  
Anggota Tim Penguji

Drs. Winarso, M.M.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
NIK: 143 014

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Roni Susanto

Nomor Mahasiswa : 20040410113

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : ” Pengaruh *Promotional Mix* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Januari 2010

Roni Susanto

## MOTTO

*Berbaktilah kepada mereka dengan penuh kerendahan diri dan ucapkanlah:*

*“Wahai Tuhanku ! Kasihanilah mereka keduanya sebagaimana keduanya memeliharaiku dengan penuh kasih sayang waktu kecilku”*

*(Qs Al Isro : 24)*

*”Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

*(Qs Al Insyaraah : 5)*

*”Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, jika suatu kaum tidak mau merubahnya”*

*(Qs Ar Ra'du : 11)*

*”Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

*(Qs Al-Baqarah: 286)*

## **PERSEMBAHAN**

*Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT,  
kupersembahkan skripsi ini  
untuk;*

- 1. Kedua orang tuaku yang telah mendukungku*
- 2. Kakak-kakakku atas doanya*
- 3. Sahabat dan teman-teman seangkatan*
- 4. Almamaterku*

## INTISARI

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Enggar Setianingsih (2008) dengan judul Pengaruh *Promotional Mix* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Teh Mahkota Dewa pada Perusahaan Salama Nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya *personal selling*, biaya promosi penjualan, biaya periklanan terhadap volume penjualan secara parsial maupun simultan. Objek dalam penelitian ini adalah PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan cara observasi, wawancara serta dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda, uji hipotesis parsial (uji t), dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya *personal selling*, biaya promosi penjualan dan biaya periklanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap volume penjualan. Variabel biaya *personal selling*, biaya promosi penjualan dan biaya periklanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap volume penjualan adalah variabel biaya *personal selling*.

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



## **ABSTRACT**

*This research is replication from Mrs. Enggar Setianingsih (2008) research with the title is The Influence of Promotional Mix to Increasing of Mahkota Dewa Tea Selling Volume on Salama Nusantara Company. This research has a purpose to analysis influences personal selling cost, selling promotion cost, and advertisement cost to selling volume. Object in this research are PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang. Technique sampling method in this research using purposive sampling. Data obtained through observation, interview and documentation. To analyze the data is using double analysis regression, partial hypothesis test (t-test), simultaneous hypothesis and coefficient determinacy.*

*Result of the research showing that the variable of personal selling cost, selling promotion cost and advertisement cost have positive and significant effect partially to selling volume. The variable of personal selling cost, selling promotion cost and advertisement cost have significant effect simultaneously to selling volume variable. The variable which have dominantly effect to selling volume variable is personal selling cost variable.*

**Keywords:** *selling volume, personal selling cost, promotion selling cost, advertisement cost*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Promotional Mix* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta”.

Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Drs. Winarso, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Teman dan sahabatku yang tak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah bersedia membantu serta memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak, Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Januari 2010

Penulis

Roni Susanto

# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I      PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Perumusan Masalah Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi Pemasaran.....	8
B. <i>Personal Selling</i> /Penjualan Personal.....	8
C. Promosi Penjualan.....	10
D. Periklanan.....	14
E. Hubungan Masyarakat atau Publisitas.....	16
F. Keefektifan Biaya Promosi dalam Mempengaruhi Volume Penjualan.....	17
G. Penelitian Terdahulu.....	20
H. Hipotesis.....	21
BAB III    METODE PENELITIAN.....	22
A. Obyek Penelitian.....	22
B. Jenis Data.....	22
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data.....	23
E. Definisi Operasional Variabel.....	24
F. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	26
BAB IV    HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	29
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	29
2. Lokasi Perusahaan.....	30
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	32
4. Personalia.....	35
5. Pemasaran.....	36
6. Pengawasan Yang Dilakukan Perusahaan.....	38
B. Analisis Deskriptif.....	39
1. Biaya <i>Personal Selling</i> .....	39

	2. Biaya Promosi Penjualan.....	41
	3. Biaya Periklanan.....	43
	4. Volume Penjualan.....	44
C.	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	46
	1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
	2. Uji Hipotesis Serentak ( <i>F-test</i> ).....	48
	3. Uji Hipotesis Parsial ( <i>t-test</i> ).....	49
	4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	50
D.	Pembahasan.....	51
BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	55
	A. Kesimpulan.....	55
	B. Saran.....	55
	C. Keterbatasan Penelitian.....	56
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Alokasi Biaya <i>Personal Selling</i> PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta (dalam rupiah)..... 40
Tabel 4.2	Alokasi Biaya Promosi Penjualan PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta (dalam rupiah)..... 41
Tabel 4.3	Alokasi Biaya Periklanan PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta (dalam rupiah)..... 43
Tabel 4.4	Volume Penjualan PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta (dalam rupiah) ..... 45
Tabel 4.5	Estimasi Regresi Linier Berganda..... 47
Tabel 4.6	Hasil Uji Serentak (Uji F)..... 48
Tabel 4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... 50

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang.....	32