

## ABSTRAKSI

Pemasaran di Indonesia semakin lama semakin berkembang, saat ini pemasaran dapat dilakukan juga di internet melalui *website* atau forum jual beli. Banyak keuntungan yang didapatkan ketika masyarakat atau perusahaan memasang iklan online. *Website* yang dilakukan oleh peneliti adalah *website* Anjingdijual, *website* Anjingdijual memberikan sarana untuk membeli anjing ras dengan cara melihat gambar (pembeli) dan memasang iklan dengan mudah (penjual). *Website* Anjingdijual membantu meningkatkan penjualan anjing ras, hal ini terbukti dengan penelitian yang dilakukan. Data yang diperoleh diolah dengan simple regresi, selain itu juga penelitian dilakukan 3 bulan kebelakang dan dilakukan wawancara kepada pemilik *website* Anjingdijual. Peneliti melihat selalu ada peningkatan penjualan di setiap bulannya selama 6 bulan. Hasil penelitian membuktikan kalau ada pengaruh iklan online terhadap tingkat penjualan.

**Kata kunci :** pemasaran, iklan online, tingkat penjualan

## **ABSTRACT**

*Marketing in Indonesia has increasingly become more developed, is currently marketing may performed well on the internet through the website or buying and selling forum. Many benefits obtained when the people or companies advertise online. Website carried out by researchers is Anjingdijual website, the website provides media to buy a dog breed with a way to see the picture (the buyer) and advertisements easily (the seller). Website Anjingdijual help increase sales of dogs breed, this is proven by the research undertaken. The data obtained were processed with simple regression, besides it also conducted research and carried backward three months interviews to the website owner. Researcher see there is always an increase sales in each month over six months. The results prove that there online advertising influence on the level of sales.*

**Key words:** *marketing, online advertising, sales rates*

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAKSI.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Maksud dan Tujuan penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Iklan Penelitian.....	7
1.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	10
2.1 Pemasaran .....	10
2.1.1 Tujuan Pemasaran .....	11
2.1.2 Manfaat Pemasaran .....	12

2.1.3 Strategi Pemasaran .....	12
2.1.4 Konsep Pemasaran .....	16
2.1.5 Bauran Pemasaran .....	20
2.2 Promosi .....	29
2.2.1 Tujuan Promosi .....	30
2.2.2 Strategi Promosi .....	33
2.2.3 Bentuk-bentuk Promosi.....	36
2.3 Pengiklanan .....	40
2.3.1 Tujuan Iklan .....	42
2.3.2 Pengaruh Iklan.....	44
2.3.3 Karakteristik .....	45
2.3.4 Kelemahan dan Kelebihan Iklan .....	46
2.3.5 Lima M Dalam Periklanan .....	47
2.4 Iklan <i>Online</i> .....	51
2.4.1 Macam-macam Iklan.....	52
2.4.2 Manfaat Iklan <i>Online</i> .....	56
2.4.3 Strategi Iklan <i>Online</i> .....	57
2.5 Kerangka Pemikiran .....	60
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 62
3.1 Objek Penelitian .....	62
3.1.1 Sejarah <i>Website</i> Anjingdijual .....	62

3.1.2 Aktivitas <i>Website</i> Anjindingjual .....	64
3.2 Sumber Data .....	64
3.3 Metodologi Penelitian.....	64
3.4 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	66
3.4.1 Variabel Penelitian .....	66
3.4.2 Operasional Penelitian.....	67
3.5 Koefisien Determinasi .....	69
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	73
4.1 Hasil Penelitian.....	73
4.1.1 Profil Responden .....	74
4.1.2 Harga Iklan <i>Online</i> .....	74
4.1.3 Tingkat Penjualan.....	75
4.2 Pengaruh Antara Iklan <i>Online</i> Terhadap Tingkat Penjualan.....	78
4.3 Pengujian Hipotesis .....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran .....	83

DAFTAR PUSTAKA ..... 85

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 5 M dalam Pengiklanan.....	50
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	61
Gambar 3.1 Gambar Website Anjingdijual.....	64
Gambar 3.1 Gambar Website Anjingdijual.....	76
Gambar 4.2 Grafik Penjualan dan Anjing yang Terjual selama 6 bulan .....	78

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	69
Tabel 4.1 Macam – Macam Harga.....	76
Tabel 4.2 Penjualan dan Anjing yang Terjual Selama 6 Bulan .....	77
Tabel 4.3 Tabel koefisien determinan.....	80