

## ABSTRAC

Willy., 2007 the influence of advertising on news paper to sales volume at PT.Supra Usadhatama, under the supervision of Dr. ir.Surachman Surjaatmadja, MM.

The advertising act of PT. Supra Usadhatama on news paper evaluated from four aspects, namely Advertisement title, advertisement Body, the promise offer, and logo. It is known from the research that the amounts of Pearson's correlation between the newspaper advertising implementations to sales volume before are 0.601. The determination coefficient momentum is 36.12% which means that the influences from news paper advertising to sales volume up to 36.12% and the remaining 63.88% are influence by other variables. The research methods used in the writing of this thesis are descriptive and verificative method, whereas, the types of this research are correlation and causalities. The analysis unit for this research is individual unit, which are the retailer from PT. Supra Usadhatama. PT. Supra Usadha tama is a leading formation plant and sole distributor of free market drugs, health supplement and vitamins manufacturer located at Badak Singa no 25 street Bandung. To be able to win the competition as well as winning the market, the marketing activity is really needed. One of which is the implementation of the advertising of the news paper. Advertising is communication activities from the advertiser to peoples which have purpose to deliver messages, information, and to attract people.

Key words: the implementation of advertising on newspaper, research method the influence of advertising on newspaper implementation to sales volume.

Verification

## ABSTRAK

**Willy.,2007,pengaruh periklanan di surat kabar terhadap volume penjualan di PT. Supra Usadhatama, dibawah bimbingan Dr.Ir. Surachman Surjaatmadja,MM.**

Periklanan di surat kabar yang dilakukan oleh PT. Supra Usadhatama terdapat empat unsure pokok,yaitu: judul iklan, tubuh iklan, penawaran dan logo. Dari penelitian diketahui besarnya korelasi pearson antara periklan di surat kabar dengan pendapatan adalah 0,601. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 36.12 %, yang berarti pengaruh periklan di surat kabar terhadap volume penjualan sebesar 36.12%, dan sisanya sebesar 63.88% berarti bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh variable-variable lain. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode Deskriptif dan verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian korelasi dan kausalitas. Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu para retailer produk Hemaviton Energy Drink. Hemaviton Energy Drink merupakan suplemen minuman kesehatan yang didistribusikan oleh PT. Supra Usadhatama yang bergerak di bidang usaha penyediaan obat-obatan bebas juga suplemen serta multivitamin yang berada di Jl. Badak Singa No. 25 Bandung. Untuk dapat memenangkan persaingan dan memperoleh pasar, maka diperlukan kegiatan pemasaran, yang salah satu diantaranya yaitu pelaksanaan periklanan di surat kabar. Periklanan merupakan kegiatan komunikasi dari pengiklan kepada masyarakat yang tujuannya untuk menyampaikan pesan,informasi dan menarik minat masyarakat.

Kata kunci: Pelaksanaan periklanan di surat kabar, Metode penelitian, Volume penjualan, Pengaruh periklanan di surat kabar terhadap volume penjualan.

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRAC.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian pustaka.....	10
2.1.1. Periklanan.....	10
2.1.1.1. Keputusan-keputusan dalam Periklanan.....	13
2.1.1.1.1. Misi Periklanan (Mission).....	14
2.1.1.1.2. Anggaran Periklanan (Money).....	17
2.1.1.1.3. Pesan Periklanan(Message).....	19
2.1.1.1.4. Media Periklanan(Media).....	21
2.1.1.1.5. Evaluasi periklanan (Evaluation).....	25
2.1.2. Periklanan Di Surat Kabar.....	27

2.1.2.1.	Menulis iklan di surat kabar.....	35
2.1.2.1.1.	Judul.....	36
2.1.2.1.2	Tubuh Iklan.....	38
2.1.2.1.3	Logo atau tanda pengiklan.....	41
2.1.2.1.4	Jenis, ketebalan dan ukuran huruf.....	41
2.1.2.2.	Daftar periksa iklan di surat kabar.....	46
2.1.3.	Pengaruh periklanan terhadap Volume penjualan.....	46
2.2.	Kerangka pemikiran.....	48
2.3.	Hipotesis.....	49

### BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1.	Objek Penelitian.....	50
3.2.	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	50
3.2.1.	Definisi Operasional Variabel.....	51
3.2.2.	Metode Penarikan Sample.....	55
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4.	Analisis Data.....	57

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian.....	63
4.1.1.	Portofolio perusahaan.....	63
4.2.	Pembahasan.....	63
4.2.1.	Profil Responden.....	64
4.2.2.	Pelaksanaan Periklanan Disurat Kabar.....	67

4.2.3. Volume penjualan Hemaviton Energy Drink.....	86
4.2.4. pengaruh periklanan di surat kabar terhadap volume penjualan Hemaviton energy drink.....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. kesimpulan.....	90
5.2. Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	