

## **ABSTRAK**

Dalam usahanya untuk dapat bersaing dan mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan berusaha untuk mencapai laba yang optimal. Perusahaan harus dapat menjalankan strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi serta situasi yang ada. Oleh karena itu perusahaan harus merancang program pemasarannya dengan baik, salah satunya adalah promosi. Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran. Penelitian dilakukan terhadap PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY, TBK. Penulis melakukan analisa kuantitatif terhadap hasil penjualan perusahaan selama 5 tahun, mulai dari tahun 2003 – 2007. Dari hasil perhitungan penelitian diperoleh perhitungan statistik yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara biaya promosi dan volume penjualan produk PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY, TBK. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $r$  sebesar 0.902 dan perhitungan uji signifikan dengan tingkat  $\alpha = 5\%$  menghasilkan  $t$  hitung (3.62) >  $t$  tabel (2.35). Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara biaya promosi yang dikeluarkan oleh PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY, TBK. terhadap peningkatan volume penjualan. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, maka diperoleh angka 81.36% Hal ini berarti pengeluaran biaya promosi mempengaruhi volume penjualan sebesar 81.36%, sisanya yaitu sebesar 18.64% dipengaruhi oleh variabel lain.

## DAFTAR ISI

Abstraksi.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 kerangka pemikiran.....	6
1.6 Metode Penelitian.....	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Pengertian Konsep Inti Pemasaran.....	10
2.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.2.1 Produk.....	18
2.2.2 Harga.....	20
2.2.3 Tempat.....	21
2.2.4 Promosi.....	21
2.2.4.1 Periklanan.....	24
2.2.4.2 Promosi Penjualan.....	30
2.2.4.3 Penjualan Pribadi.....	36

2.2.4.4	Hubungan Masyarakat.....	40
2.2.4.5	Pemasaran Langsung.....	45
2.3	Penjualan.....	46
2.4	Hubungan Promosi penjualan dengan Penjualan.....	48
BAB 3 OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Objek Penelitian.....	49
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	49
3.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	50
3.1.3	Hasil Produksi Perusahaan.....	51
3.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	52
3.2	Metode Penelitian.....	57
3.2.1	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	58
3.2.3	Teknik Pengolahan Data.....	60
3.2.4	Rancangan Uji Hipotesis.....	62
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		64
4.1	Hasil Penelitian.....	64
4.1.1	Analisis Regresi.....	66
4.1.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	67
4.1.3	Analisis Koefisien Determinasi.....	67
4.1.4	Pengujian Hipotesis.....	68
4.2	Pembahasan.....	69
4.2.1	Promosi yang dilakukan Perusahaan.....	69
4.2.1.1	Aktivitas Promosi yang dilakukan Perusahaan 5 tahun terakhir.....	73
4.2.2	Analisa Hasil Total Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.....	79
4.2.3	Pengaruh Program Promosi Terhadap Volume Penjualan.....	81

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil Produksi Perusahaan.....	51
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	59
Tabel 4.1 Biaya Promosi dan Hasil Penjualan dari tahun 2003-2007 .....	64
Tabel 4.2 Tabel Perhitungan Biaya Promosi dan Hasil Penjualan.....	65
Tabel 4.3 Aktivitas promosi PT. Ultrajaya Milk Industry. Tbk Tahun 2003.....	73
Tabel 4.4 Aktivitas promosi PT. Ultrajaya Milk Industry. TbkTahun 2004.....	74
Tabel 4.5 Aktivitas promosi PT. Ultrajaya Milk Industry. TbkTahun 2005.....	75
Tabel 4.6 Aktivitas promosi PT. Ultrajaya Milk Industry. TbkTahun 2006.....	76
Tabel 4.7 Aktivitas promosi PT. Ultrajaya Milk Industry. TbkTahun 2007.....	78
Tabel 4.8. Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry. Tbk Tahun 2003-2007.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka pemikiran .....	8
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
Gambar 3.2 Kurva distribusi t.....	63
Gambar 4.1 Kurva daerah penerimaan dan penolakan $H_0$ .....	82