

ABSTRAK

Mesa Medisanti Tambunan, 2008, Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan Pada Factory Outlet Plus “X” Cabang Dago, Bandung, di bawah bimbingan Surrachman Surjaatmadja.

Dari penelitian diketahui besarnya korelasi pearson antara program promosi penjualan dengan volume penjualan pada Factory Outlet Plus “X” Cabang Dago, Bandung adalah 0,636, kemudian diperoleh besaran koefisien determinasi sebesar 40,42% yang artinya 40,42% dari volume penjualan dipengaruhi oleh program promosi penjualan, sisanya sebesar 59,58% mempunyai arti bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Dimensi atau alat promosi penjualan pada Factory Outlet Plus “X” Cabang Dago, Bandung meliputi 13 aspek yaitu: contoh (sampel), kupon, tawaran uang kembali, kemasan harga, premi, program frekuensi, promosi hadiah, imbalan kesetiaan, uji coba gratis, garansi produk, promosi gabungan, promosi silang, dan demonstrasi atau peragaan di tempat pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Tipe penelitian ini adalah tipe penelitian statistik deskriptif. Unit analisis penelitian ini adalah individual yaitu para pelanggan FO Plus “X” Cabang Dago, Bandung yang melakukan pembelian atas produk di FO Plus “X” Cabang Dago, Bandung. Dilihat dari waktu pengumpulan datanya (*time horizon*) penelitian ini bersifat cross section.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Volume Penjualan,

ABSTRACT

Mesa Medisanti Tambunan, 2008, The Influences of Sales Promotion to Sales Volume of Factory Outlet Plus “X” Dago, Bandung, under the supervision of Surachman Suraatmadja.

Based on the observation, identified that Pearson Correlation number between the sales promotion program and the sales volume is 0,636, then obtained that determination coefficient number is 40,42% which means that 40,42% of sales are effected by sales promotion program, and the 59,58% remaining means that the sales is effected by other variables. Factory Outlet Plus “X” Dago, Bandung sales promotion program is noticed by 13 (thirteen) aspects, such as: sample, coupon, cash back, price packs, premium, frequency program, gift promotion, patronage award, free trials, product guarantee, tie-in promotion, and POP-Point of Purchase. Observation method that been employed by writer are descriptive and verificative methods. These kinds of observation are statistic descriptive. The unit of analysis on this observation is individual, comprise of: consumer Factory Outlet Plus “X” Dago, Bandung who has buying some products in there. Based on the time collecting data (time horizon) this observation is typically cross section.

Key words: Sales Promotion and Sales Volume.

DAFTAR ISI

	halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.1.1 Pengertian Promosi.....	17
2.1.1.1 Tujuan Promosi.....	18
2.1.1.2 Konsep Promosi.....	19
2.1.1.3 Efektifitas Promosi.....	20
2.1.1.4 Tahap - tahap Keputusan untuk Mengembangkan Bauran Promosi.....	21
2.1.1.5 Menentukan Baauran Promosi.....	22
2.1.2 Pengertian Promosi Penjualan.....	26
2.1.2.1 Sifat-sifat Promosi Penjualan.....	29
2.1.2.2 Alat Promosi Penjualan.....	30

2.1.2.3 Faktor-faktor Pendorong Pertumbuhan Promosi Penjualan.....	31
2.1.2.4 Keputusan-Keputusan Utama dalam Promosi Penjualan.....	32
2.1.2.5 Cara-cara Promosi Penjualan.....	50
2.1.3 Volume Penjualan.....	57
2.2 Kerangka Pemikiran.....	58
2.3 Hipotesis.....	62

BAB III OBJEK METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	63
3.2 Metode Penelitian.....	63
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	64
3.2.2 Prosedur Penentuan Sampel.....	68
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.4 Analisis Data.....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	76
4.1.1 Sejarah Singkat Factory Outlet Plus "X" Cabang Dago, Bandung....	76
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	79
4.1.3 Profil Responden.....	84
4.2 Pembahasan.....	90
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Program Promosi Penjualan yang Dilakukan Factory Outlet (FO) Plus "X" Cabang Dago, Bandung.....	90
4.2.2 Volume Penjualan Factory Outlet (FO) Plus "X" Cabang Dago, Bandung.....	106
4.3 Pengaruh Promosi Penjualan Yang Dilakukan <i>Factory Outlet</i> Cabang Dago Terhadap Volume Penjualan.....	107

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 112
5.2 Saran..... 114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		halaman
Tabel 1.1	Target dan Realisasi Volume Penjualan Factory Outlet Plus “X” Cabang Dago, Bandung Periode tahun 2003-2007 (dalam unit)....	9
Tabel 2.1	Jenis Konsumen dan Tujuan Promosi Penjualan.....	36
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	66
Tabel 3.2	Data Jumlah Pelanggan Factory Outlet Plus “X” Cabang Dago, Bandung Periode tahun 2003-2007.....	68
Tabel 3.3	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi.....	73
Tabel 4.1	Data Umum Responden Menurut Jenis Kelamin.....	85
Tabel 4.2	Data Umum Responden Menurut Usia.....	86
Tabel 4.3	Data Umum Responden Menurut Pekerjaan.....	87
Tabel 4.4	Data Umum Responden Menurut Pengeluaran per Bulan.....	88
Tabel 4.5	Data Umum Responden Menurut Sumber Informasi.....	89
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Contoh (sampel) yang Ditampilkan FO Plus ”X” Cabang Dago, Bandung.....	91
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Kupon yang Diberikan FO Plus ”X” Cabang Dago, Bandung Sesuai dengan Kebutuhan.....	92
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Penawaran <i>Cash Back</i> dari FO Plus ”X” Cabang Dago, Bandung Sesuai dengan Kebutuhan.....	93
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Produk Atas Penawaran Kemasan Harga “ <i>Buy One Get One</i> ” pada FO Plus ”X” Cabang Dago, Bandung.....	94
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Efektifitas Penawaran Premi (<i>premium</i>) pada FO Plus ”X” Cabang Dago, Bandung.....	96

Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Imbalan atas Jumlah Intensitas Pembelian pada FO Plus "X" Cabang Dago, Bandung.....	97
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Program Promosi Hadiah pada FO Plus "X" Cabang Dago, Bandung.....	98
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Imbalan Atas Loyalitas.....	99
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Tindakan Mencoba Produk Sebelum Membeli pada FO Plus "X" Cabang Dago, Bandung.....	101
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Garansi Terhadap Produk pada FO Plus "X" Cabang Dago, Bandung.....	102
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Promosi Gabungan yang Dilakukan oleh FO Plus "X" Cabang Dago, Bandung.....	103
Tabel 4.17	Tanggapan Responden FO Plus "X" Cabang Dago, Bandung Mengenai Pemilihan Produk Berdasarkan Merek Dibandingkan Kualitas Produk.....	104
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Demonstrasi Penggunaan Produk Kosmetik pada FO Plus "X" Cabang Dago, Bandung.....	106
Tabel 4.19	Volume Penjualan Factory Outlet Plus "X" Cabang Dago, Bandung per minggu (periode minggu IV Januari 2006 s/d minggu IV Desember 2007).....	107
Tabel 4.20	Korelasi antara Promosi Penjualan dengan Volume Penjualan pada FO Plus "X" Cabang Dago, Bandung.....	108

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Inflasi Inti dan IHK: Agustus 2005-2007.....	4
Gambar 1.2 Laju Pertumbuhan Tingkat Suku Bunga: Januari 2003-Agustus 2007 (dalam persen).....	5
Gambar 2.1 Unsur-Unsur dalam Proses Komunikasi.....	20
Gambar 2.2 Efektifitas Biaya Alat Promosi yang Berbeda Pada Tahap Kesiapan Pembeli yang Berbeda.....	24
Gambar 2.3 Hubungan Bauran Promosi dalam Daur Hidup Produk.....	25
Gambar 2.4 Skema Kerangka Pemikiran.....	61
Gambar 4.1 Kriteria Penolakan Ho.....	109

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pernyataan
2. Surat Penelitian Penyusunan Skripsi di Factory Outlet Plus “X” Cabang Dago, Bandung.
3. Gambar Struktural Organisasi Factory Outlet Plus “X” Cabang Dago, Bandung.
4. Berita Acara Bimbingan
5. Kuesioner Penelitian
6. Tabulasi Nilai Total Tanggapan Responden (Ordinal)
7. Tabulasi Nilai Total Tanggapan Responden (Interval)
8. Data Volume Penjualan per Minggu

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mesa Medisanti Tambunan

NRP : 0452364

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan duplikasi dari orang lain.

Apabila di kemudian hari diketahui pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar dan pembatalan ijazah yang telah dikeluarkan.

Demikian pernyataan saya.

Bandung, 28 Januari 2008

Yang menyatakan,

(Mesa Medisanti Tambunan)

SURAT KETERANGAN

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu)
Perihal : Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Kristen Maranatha
Jl. Prof. Drg. Suria Sumantri 65
Bandung

Melalui surat ini kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Mesa Medisanti Tambunan
NRP : 0452364
Jurusan : Manajemen/Fakultas Ekonomi
Alamat : Jl. Babakan Jeruk I/66 Telp: 022-91660487

Telah melakukan pra-survei/ penelitian/ pengumpulan data pada Perusahaan/
Instansi kami dari tanggal:

26 November 2007 s/d 28 Januari 2008

Demikianlah agar maklum adanya.

Bandung, 28 Januari 2008

Dr. Suharko T.
Operasional Manager