

ABSTRAK

Stefanus Teja, 2006, Pengaruh Periklanan di Surat Kabar Terhadap Volume Penjualan di Butik Vladimir® Bandung, di bawah bimbingan Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

Melihat perkembangan dunia pakaian dari tahun ke tahun yang berubah-ubah dan perkembangan mode yang berkembang dengan pesat, serta pakaian juga sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia selain makanan dan tempat tinggal, ini merupakan suatu peluang bisnis yang menguntungkan. Butik Vladimir® yang merupakan salah satu butik yang mengkhususkan pada penjualan pakaian pria, berusaha bersaing dengan butik-butik sejenis lainnya yang banyak tersebar di kota Bandung. Untuk dapat memenangkan persaingan dan memperoleh pasar, maka diperlukan kegiatan pemasaran, yang salah satu diantaranya yaitu program periklanan melalui media surat kabar. Periklanan ini ditujukan untuk menginformasikan produk-produknya kepada konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode Deskriptif dan Verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian korelasional dan kausalitas. Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu para pelanggan butik Vladimir® yang membaca iklan di surat kabar Bandung GO'ERS.

Program periklanan Butik Vladimir® di surat kabar ditinjau dari delapan aspek, yaitu: fleksibilitas, ketepatan waktu peredaran surat kabar, liputan pasar surat kabar, penerimaan pembaca, kepercayaan pembaca, jangka waktu peredaran surat kabar, kualitas reproduksi surat kabar, dan penerusan audiens.

Dari penelitian diketahui besarnya korelasi Pearson antara pelaksanaan periklanan di surat kabar dengan volume penjualan adalah 0.6434. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 41.39%, yang berarti bahwa sebesar 41.39% dari volume penjualan dipengaruhi oleh periklanan di surat kabar, dan sisanya sebesar 58.61% berarti bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh variabel – variabel lain.

Kata Kunci: Periklanan di Surat Kabar, Volume Penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBARAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.2 Kerangka Pemikiran.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	53
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	54
3.3 Prosedur Penentuan Sampel.....	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5 Analisis Data.....	57
3.6 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	60

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....62

4.2 Pembahasan.....67

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan.....81

5.2 Saran..... ..82

DAFTAR PUSTAKA.....83

LAMPIRAN.....86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil penjualan pakaian di Butik Vladimir® Juli sampai November 2005 (dalam jutaan rupiah).....	4
Tabel 1.2	Tabel Harga Pakaian di Butik Vladimir®.....	5
Tabel 1.3	Biaya iklan yang dikeluarkan oleh butik Vladimir® dari September 2005 sampai Februari 2006 (dalam jutaan rupiah).....	6
Tabel 2.1	Profil jenis-jenis media utama, keunggulan dan Keterbatasannya.....	33
Tabel 2.2	Prosedur efektifitas periklanan.....	35
Tabel 3.1	Jumlah pelanggan (orang) yang berbelanja di butik Vladimir® selama periode Juli sampai November 2005.....	56
Tabel 3.2	Derajat hubungan dan penafsiran.....	59
Tabel 4.1	Profil konsumen berdasarkan jenis kelamin.....	63
Tabel 4.2	Data responden berdasarkan usia.....	64
Tabel 4.3	Data responden berdasarkan pendidikan.....	65
Tabel 4.4	Data responden berdasarkan pekerjaan.....	65
Tabel 4.5	Data responden berdasarkan pendapatan per bulan.....	66
Tabel 4.6	Bentuk iklan butik Vladimir® di surat kabar sesuai dengan tujuan iklan.....	67
Tabel 4.7	Format/layout butik Vladimir® di surat kabar sesuai dengan tujuan iklan.....	68
Tabel 4.8	Waktu peredaran butik Vladimir® di surat kabar sudah sesuai dengan peredaran surat kabarnya.....	69

Tabel 4.9	Iklan butik Vladimir® di surat kabar dapat memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk butik Vladimir®.....	70
Tabel 4.10	Bentuk iklan butik Vladimir® dapat diterima sesuai dengan kemampuan konsumen untuk memahami isi iklan.....	71
Tabel 4.11	Iklan butik Vladimir® di surat kabar dapat dipercaya kebenarannya.....	72
Tabel 4.12	Tampilan warna iklan sesuai dengan tujuan iklan.....	73
Tabel 4.13	Iklan butik Vladimir® di surat kabar mudah dimengerti.....	74
Tabel 4.14	Iklan butik Vladimir® di surat kabar dapat disampaikan kepada orang lain.....	75
Tabel 4.15	Target penjualan dan realisasi penjualan butik Vladimir® Bulan Juli – November 2005 (dalam jutaan rupiah).....	76
Tabel 4.16	Biaya periklanan dan realisasi hasil penjualan butik Vladimir® Bulan Juli 2005 – Januari 2006.....	77
Tabel 4.17	Hubungan antara biaya periklanan (x) dengan volume penjualan (y) Pada butik Vladimir® bulan September 2005 – Januari 2006.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Contoh iklan di surat kabar Bandung GO'ERS yang dilakukan oleh butik Vladimir®.....	7
Gambar 2.1	5M dari periklanan.....	20
Gambar 2.2	Paradigma penelitian.....	52