

## ABSTRAK

Perusahaan yang bergerak di bidang produksi atau jasa di seluruh Indonesia sebagian besar menggunakan dan melaksanakan *promotional mix* terhadap produk/ jasa mereka agar konsumen dapat lebih mengenal, mengetahui, menyakini dan selanjutnya konsumen dapat membeli untuk kebutuhannya serta dapat mencapai target penjualan yang diinginkan perusahaan. Berkenaan dengan hal tersebut maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh biaya iklan dan promosi terhadap penjualan. Objek penelitian adalah PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk. Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data biaya iklan dan promosi serta penjualan yang terdapat di annual report perusahaan selama tahun 2007 – 2014. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 16 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya iklan dan promosi berpengaruh positif terhadap penjualan.

Kata kunci: biaya iklan dan promosi, dan penjualan



## **ABSTRACT**

*Companies engaged in the production or services throughout Indonesia mostly using and implementing the promotional mix towards products / services so that consumers can get to know, know, believe and then consumers can buy for their needs and can achieve the desired sales target companies. In this regard, the purpose of the study is to know and test the influence of advertising and promotion costs of sales. The object of research is PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk. The data used is secondary data is data advertising and promotional costs and sales are in the company's annual report for the year 2007-2014. The analytical method used in this study is a simple linear regression analysis. Data processing was performed using SPSS version 16 for Windows. The results showed that the cost of advertising and promotion of positive effect on sales.*

*Key words: advertising and promotion costs, and sales*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia) .....	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris) .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
BAB II LANDASAN TEORI .....	5
2.1 Kajian Pustaka .....	5
2.1.1 Akuntansi Biaya.....	5
2.1.2 Biaya .....	6
2.1.2.1 Penggolongan Biaya.....	6
2.1.3 Pemasaran .....	7
2.1.3.1 Bauran Pemasaran .....	8
2.1.4 Promosi dan Biaya Promosi.....	10
2.1.4.1 Tujuan Promosi .....	11
2.1.4.2 Promotional Mix.....	12
2.1.4.2.1 Iklan dan Biaya Iklan.....	14
2.1.4.2.2 Promosi Penjualan .....	15
2.1.4.2.3 Acara Khusus.....	15
2.1.4.2.4 Hubungan Masyarakat .....	16
2.1.4.2.5 Pemasaran Langsung .....	17
2.1.4.2.6 Penjualan Pribadi.....	17
2.1.5 Faktor yang Mempengaruhi Promotional Mix .....	19
2.1.6 Biaya Iklan dan Promosi.....	21
2.1.7 Penjualan.....	21

2.1.7.1 Jenis-Jenis Penjualan .....	22
2.1.7.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan .....	23
2.2 Rerangka Pemikiran.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Objek Penelitian.....	28
3.2 Jenis Penelitian .....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.4 Metode Analisis Data .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	31
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	31
4.1.2 Falsafah, Visi dan Misi .....	35
4.1.3 Lokasi Perusahaan .....	36
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	36
4.1.5 Produk-Produk Perusahaan .....	44
4.1.6 Biaya Iklan dan Promosi.....	45
4.1.7 Kegiatan Penjualan .....	46
4.2 Pembahasan .....	47
4.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	47
4.2.2 Pengujian Hipotesis .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>51</b>
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	52
5.3 Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>56</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT PENULIS (CURRICULUM VITAE) .....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Memadukan Komunikasi Pemasaran Untuk Membangun Ekuitas Merek.....	13
Gambar 2.2	Rerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan.....	37



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 4.1	Biaya Iklan dan Promosi Tahun 2007 – 2014 .....	45
Tabel 4.2	Data Hasil Penjualan Perusahaan Tahun 2007 – 2014.....	47
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Persamaan Regresi .....	48
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Biaya Iklan dan Promosi dengan Anova.....	49
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Determinasi Biaya Iklan dan Promosi dengan Model Summary .....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Uji Hipotesis .....	57
Lampiran B	Data Hasil Penjualan .....	58
Lampiran C	Data Biaya Iklan dan Promosi .....	63

