

ABSTRAK

Skripsi ini membahas analisa pengaruh biaya periklanan terhadap volume penjualan pada PT. X. Perusahaan ini dalam aktivitasnya setiap bulan menggunakan salah satu metode dalam menetapkan biaya periklanan, yaitu dengan Affordable Method (Metode Semampunya).

Bertambahnya para pesaing, membuat PT. X harus melakukan promosi yang lebih banyak lagi, agar dapat mempertahankan konsumen lamanya dan menambah konsumen baru sehingga tidak kalah dari para pesaingnya. Kegiatan promosi yang dilakukan adalah melalui periklanan. Kegiatan periklanan yang dilakukan pada PT. X ini adalah melalui media elektronik (radio) dan media cetak (surat kabar, yellow pages, dan brosur-brosur).

Sebelum membuat suatu periklanan, kita harus mengetahui apa yang menjadi tujuan periklanan, berapa besar biaya/ anggaran periklanan, pesan periklananyang ingin disampaikan, media periklanan yang akan digunakan, dan mengevaluasi periklanan. Kesemuanya itu memang dapat berjalan dengan lancar dan baik, jika perusahaan memiliki biaya/ anggaran periklanan yang mencukupi.

Besarnya biaya periklanan akan mempengaruhi berapa banyak dan seberapa sering periklanan dilakukan, dan ini akan berdampak pada hasil penjualan perusahaan. Dari hasil analisa koefisien korelasi yang dilakukan oleh penulis, dengan besarnya $r = 0,752$ dan berdasarkan perhitungan analisa koefisien determinasi, diperoleh $Kd = 55,65 \%$. Oleh karena itu maka dapat diketahui bahwa biaya periklanan berbanding lurus mempengaruhi volume penjualan.

Memang selain biaya periklanan banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi, seperti keadaan ekonomi, sosial, dan banyaknya barang pesaing. Oleh karena itu perusahaan harus terus melakukan evaluasi baik terhadap produk itu sendiri dan program promosinya.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
1.5. Rerangka Pemikiran.....	6
1.6. Hipotesis Penelitian.....	9
1.7. Metodologi Penelitian.....	9
1.8. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
1.9. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Pemasaran.....	13
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.3. Pengertian Bauran Pemasaran.....	16
2.3.1. Produk.....	17

2.3.1.1. Klasifikasi Produk.....	18
2.3.1.2. Hirarki Produk.....	20
2.3.2. Harga.....	21
2.3.3. Tempat.....	21
2.3.4. Promosi.....	22
2.4. Bauran Promosi.....	25
2.4.1. Pengertian Periklanan.....	29
2.4.2. Sifat, Fungsi, dan Bentuk Periklanan.....	31
2.4.3. Langkah-langkah dalam Keputusan Periklanan.....	35
2.5. Volume Penjualan.....	50
2.6. Peranan Periklanan Terhadap Volume Penjualan.....	50
 BAB III. OBJEK PENELITIAN	
3.1. Objek Dan Waktu Penelitian.....	53
3.2. Metoda Penelitian.....	54
3.3. Operasional Variabel.....	54
3.4. Sumber Data.....	56
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6. Metode Analisa Data.....	57
3.6.1. Analisis Kualitatif.....	58
3.6.2. Analisis Kuantitatif.....	58
3.7. Validitas dan Reliabilitas.....	62
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	65

4.1.1. Struktur Organisasi Perusahaan.....	66
4.2. Pelaksanaan Kegiatan Periklanan.....	70
4.3. Pengaruh Biaya Periklanan dengan Volume Penjualan Produksi.....	75
4.3.1. Anggaran Periklanan Tahun 2003-2005.....	78
4.3.2. Volume Penjualan Tahun 2003-2005.....	79
4.4. Hubungan Anggaran Periklanan dengan Volume Penjualan.....	81
4.5. Analisis Regresi.....	83
4.6. Statistik Deskriptif dan Korelasi Antar Variabel Penelitian.....	85
4.7. Uji Hipotesis (Hasil Uji “Fit” Model).....	86
4.8. Analisa Koefisien Determinasi.....	87
4.9. Pengujian Hipotesis.....	87
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	89
5.1.1. Pelaksanaan Periklanan Oleh PT. X.....	89
5.2. Saran.....	91
 DAFTAR PUSAKA	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Anggaran Periklanan Tahun 2003, 2004, 2005.....	78
Gambar 4.2. Volume Penjualan 2003 – 2005.....	80
Gambar 4.3. Tabel Perbandingan Biaya Periklanan dengan Volume Penjualan Tahun 2003 – 2005.....	81