

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara biaya promosi terhadap volume penjualan. Objek dalam penelitian ini adalah biaya promosi dan volume penjualan tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 pada CV. Lancar Langgeng Banjarnegara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analitis. Data penelitian terdiri dari data biaya promosi dan volume penjualan tahun 2013 sampai dengan tahun 2015. Data tersebut diperoleh dari hasil proses observasi dan wawancara dengan sejumlah pihak perusahaan yang terkait dengan aktivitas promosi perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa CV. Lancar Langgeng Banjarnegara belum maksimal dalam menerapkan aktivitas promosi, hal ini dapat dilihat dari biaya promosi perusahaan yang terus menurun setiap tahunnya. Hal tersebut berdampak terhadap volume penjualan yang ikut menurun setiap tahunnya seiring dengan penurunan biaya promosi.

Kata Kunci: biaya promosi, volume penjualan.



ABSTRACT

The aim of this research was to determine how much influence the cost of the promotion to sales volume. The object of this research is the cost of promotion and sales volume in 2013 to 2015 on the CV. Lancar Langgeng Banjarnegara. This research uses descriptive analytical research method. The research data consist of the data cost of promotion and sales volume in 2013 to 2015. The data obtained from the results of the observations and interviews with some parties of the companies associated with promotional activities of the company. Based on the results of this research is that CV, Lancar Langgeng Banjarnegara is not maximized in implementing promotional activities, it can be seen from the promotion cost of the company that decreasing every year. It affect the sales volume that decreasing every year due to decreasing in the cost of promotion.

Keyword: promotion cost, sales volume.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL INDONESIA.....	i
HALAMAN JUDUL INGGRIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PENGANTAR KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
SURAT PRNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Konsep Pemasaran	8
2.3 Unsur-Unsur Utama Pemasaran.....	9
2.3.1 Bauran Pemasaran	11
2.4 Promosi	13
2.4.1 Pengertian Promosi.....	13
2.4.2 Biaya Promosi.....	14
2.4.3 Tujuan Promosi.....	15
2.4.4 Fungsi Promosi	16
2.4.5 Strategi Promosi.....	18

2.4.6 Kegiatan Promosi.....	18
2.5 Pengertian Penjualan.....	19
2.5.1 Unsur-Unsur Penjualan.....	20
2.5.1.1 Harga Jual	20
2.5.1.2 Volume Penjualan	20
2.6 Ukuran Sampel.....	23
2.7 Penelitian Terdahulu	22
2.8 Rerangka Pemikiran	23
2.9 Pengembangan Hipotesis	25
2.10 Model penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Objek Penelitian	27
3.3 Subjek Penelitian.....	27
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	31
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	31
4.1.2. Visi, Misi, Slogan, dan Bidang Usaha Perusahaan	32
4.1.2.1 Visi Perusahaan	32
4.1.2.2 Misi Perusahaan.....	32
4.1.2.3 Slogan Perusahaan.....	32
4.1.2.4 Bidang Usaha Perusahaan	33
4.1.3. Struktur Organisasi.....	33
4.1.4. Personalia Perusahaan	36
4.1.4.1 Kepegawaian	37
4.1.4.2 Pendidikan	38
4.1.4.3 Hari dan Jam Kerja	38

4.1.5 Produk dan Harga	38
4.2 Analisis dan Pembahasan	40
4.2.1 Promosi	40
4.2.3.1 Aktivitas Promosi	40
4.2.3.2 Biaya Promosi.....	41
4.2.2 Volume Penjualan.....	43
4.2.3 Analisis Data.....	44
4.2.3.1 Deskriptif Kualitatif.....	45
4.2.3.2 Deskriptif Kuantitatif.....	45
4.2.3.3 Regresi Linear Sederhana.....	48
4.2.4 Pembahasan	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	52
5.2 Keterbatasan	53
5.3 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	57
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Proses Penjualan.....	19
Gambar 2.2 Model Penelitian	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	34
Gambar 4.2 Grafik Biaya Promosi.....	46
Gambar 4.3 Grafik Volume Penjualan.....	47



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (DOV)	28
Tabel 4.1 Nama dan Jumlah Pegawai Berdasarkan Unit Pekerjaan	37
Tabel 4.2 Daftar Produk dan Harga	39
Tabel 4.3 Biaya Promosi Tahun 2013.....	41
Tabel 4.4 Biaya Promosi Tahun 2014.....	42
Tabel 4.5 Biaya Promosi Tahun 2015.....	42
Tabel 4.6 Volume Penjualan CV. Lancar Langgeng	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Profil Perusahaan	57
Lampiran B Biaya Promosi Melalui Iklan	59
Lampiran C Biaya Promosi Melalui Sponsorship.....	60
Lampiran D Biaya Promosi Melalui Personal Selling	61
Lampiran E Total Biaya Promosi.....	62
Lampiran F Volume Penjualan	63

