

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify and analyze the influence of marketing costs towards the level of sales of CV. Bintang Permata. The hypothesis of this research is that the marketing costs have significant influence towards the level of sales of CV. Bintang Permata. The methods used in this research are statistic and descriptive methods, using monthly report data spanning from 2010 to 2012. Statistic analysis uses multiple linear regression analysis to identify the influence of delivery cost, packing cost, promotion cost, storage cost, and collecting cost, towards the level of sales of CV. Bintang Permata. The result shows that simultaneously, the marketing costs are significantly influential towards the level of sales of CV. Bintang Permata. Meanwhile the result of partial test (t-test) shows that delivery costs, packing costs, and collecting costs are partially have significant influences towards the level of sales, of which the delivery costs and the packing costs have positive influences, while the collecting costs have negative influences. The promoting costs and storage costs on the other hand, are partially have no significant influence towards the level of sales.

Keyword: Marketing Costs, Delivery Costs, Packing Costs, Promotion Costs, Storage Costs, Collecting Costs, Level of Sales

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh biaya pemasaran yang terdiri dari biaya pengiriman, biaya pengepakan, biaya promosi, biaya gudang, dan biaya penagihan terhadap tingkat penjualan di CV. Bintang Permata. Hipotesis dari penelitian ini adalah bahwa biaya pemasaran memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan CV. Bintang Permata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik dan deskriptif, dengan menggunakan data laporan bulanan dari tahun 2010 hingga 2012. Pada analisis statistik, digunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh biaya pengiriman, biaya pengepakan, biaya promosi, biaya gudang, dan biaya penagihan, terhadap tingkat penjualan di CV. Bintang Permata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya-biaya pemasaran secara serempak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan CV. Bintang Permata. Sedangkan hasil uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa biaya pengiriman, biaya pengepakan, dan biaya penagihan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan dimana biaya pengiriman dan biaya pengepakan berpengaruh positif sedangkan biaya penagihan memiliki pengaruh negatif. Adapun biaya promosi dan biaya gudang secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan.

Kata Kunci: Biaya Pemasaran, Biaya Pengiriman, Biaya Pengepakan, Biaya Promosi, Biaya Gudang, Biaya Penagihan, Tingkat Penjualan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.3.1 Maksud Penelitian.....	4
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.4.1 Kegunaan bagi Akademisi.....	4
1.4.2 Kegunaan bagi Praktisi Bisnis.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pengertian Akuntansi dan Akuntansi Biaya.....	6
2.1.1 Pengertian Akuntansi.....	6
2.1.2 Pengertian Akuntansi Biaya.....	6
2.1.3 Tujuan Akuntansi Biaya.....	7
2.2 Biaya.....	8
2.2.1 Pengertian Biaya.....	8
2.2.2 Penggolongan Biaya.....	8
2.3 Pemasaran dan Biaya Pemasaran.....	11
2.3.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.3.2 Konsep Pemasaran.....	12
2.3.3 Pengertian Biaya Pemasaran.....	13
2.3.4 Analisis Biaya Pemasaran.....	14
2.4 Penjualan	16
2.5 Kerangka Pemeikiran.....	17
2.6 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Pembatasan Masalah Penelitian.....	21
3.2 Definisi operasionalisasi variabel.....	22
3.3 Jenis & Sumber Data.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4.1 Wawancara.....	24
3.4.2 Studi dokumentasi.....	25
3.5 Metode Analisis Data.....	25
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	25
3.5.2 Analisis Data Statistik.....	25
3.5.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	26

3.5.2.1.1 Uji Outlier.....	26
3.5.2.1.2 Uji Normalitas.....	26
3.5.2.1.3 Uji Multikolinearitas.....	27
3.5.2.1.4 Uji Heteroskedastisitas.....	27
3.5.2.1.5 Uji Autokorelasi.....	27
3.5.2.2 Regresi Linier Berganda.....	28
3.5.2.2.1 Uji-t.....	29
3.5.2.2.2 Uji-F.....	30
3.5.2.2.3 Uji Koefisien Determinasi.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Unit Penelitian.....	32
4.2 Analisis Data.....	34
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	34
4.2.1.1 Biaya Pengiriman.....	34
4.2.1.2 Biaya Pengemasan.....	35
4.2.1.3 Biaya Promosi.....	36
4.2.1.4 Biaya Gudang.....	37
4.2.1.5 Biaya Penagihan.....	38
4.2.1.6 Tingkat Penjualan.....	39
4.2.2 Analisis Statistik.....	40
4.2.2.1 Uji <i>Outlier</i>	40
4.2.2.2 Uji Normalitas.....	41
4.2.2.3 Uji Multikolinearitas.....	43
4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	44
4.2.2.5 Uji Autokorelasi.....	45
4.2.2.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	46
4.2.2.7 Uji-t.....	48
4.2.2.8 Uji-F.....	49
4.2.2.9 Uji Koefisien Determinasi.....	50

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	59
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	67

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran.....	19

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
Tabel I	Biaya Pengiriman	34
Tabel II	Biaya Pengepakan	35
Tabel III	Biaya Promosi	36
Tabel IV	Biaya Gudang	37
Tabel V	Biaya Penagihan	38
Tabel VI	Tingkat Penjualan	39
Tabel VII	Perhitungan Nilai Mahalanobis	40
Tabel VIII	Uji Normalitas	42
Tabel IX	Uji Multikolinearitas	43
Tabel X	Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel XI	Uji Autokorelasi	45
Tabel XII	Uji Regresi Linear Berganda	46
Tabel XIII	Uji-F	49
Tabel XIV	Uji Koefisien Determinasi.....	50
Tabel XV	Nilai Korelasi Pearson.....	51