

**HUBUNGAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA PT SHARP ELECTRONICS
INDONESIA**

SKRIPSI

Nama : Anita Yuniar
N I M : 43110110086



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012

**HUBUNGAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA PT SHARP ELECTRONICS
INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Anita Yuniar
N I M : 43110110086**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anita Yuniar

NIM : 43110110086

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 April 2012



(Anita Yuniar)

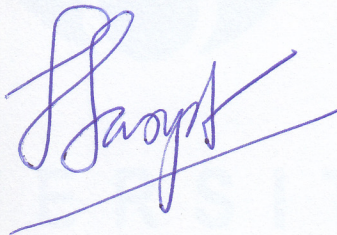
NIM: 43110110086

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anita Yuniar
NIM : 43110110086
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Judul Skripsi : Hubungan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Sharp Electronics Indonesia
Tanggal Lulus Ujian : 5 April 2012

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi



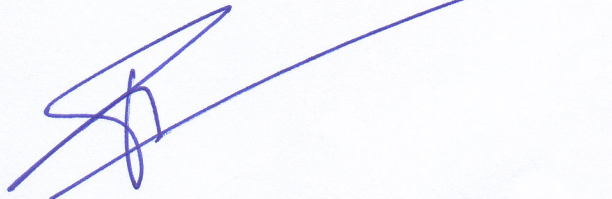
(R.M. Rasyid, M.SE)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Dr. Wiwik Utami, Ak. M.Si)



(H. Arief Bowo PK, SE,MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Hubungan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Sharp Electronics

Indonesia

(Studi Kasus PT Sharp Electronics)

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

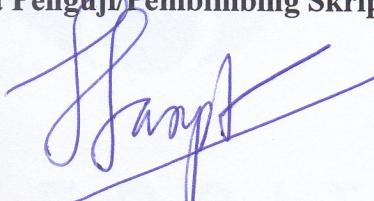
Anita Yuniar

43110110086

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 5 April 2012

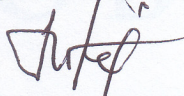
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



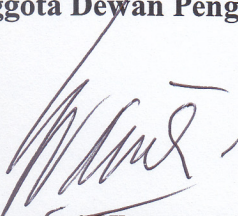
R.M Rasyid, M. SE

Anggota Dewan Penguji



Tri Wahyono, SE. MM.

Anggota Dewan Penguji



Dra. Evawati Khumaedi, M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahillobbil 'alamin, puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "Hubungan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Sharp Electronics Indonesia ". Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan yang setinggi – tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak. M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak H. Arief Bowo PK, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak R.M Rasyid, M.SE selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Tri Wahyono dan Ibu Dra. Evawati Khumaedi, M.Si, selaku dewan penguji sidang skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan kritik dan saran membangun untuk memperbaiki penelitian ini.
6. Pimpinan dan seluruh dosen serta segenap staff Manajemen program Kelas Karyawan yang telah membantu pelaksanaan kegiatan perkuliahan dan administrasi.
7. PT Sharp Electronics Indonesia, perusahaan yang menjadi objek penelitian dan para karyawan PT Sharp Electronics Indonesia yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
8. Untuk Ibu dan Bapak tercinta, yang selalu memberikan doa, dorongan dan semangatnya kepada penulis. Dan dengan penuh kasih dan kesabaran tingkat tinggi dalam mendengar keluh kesah penulis. Kasih dan hadirmu tak akan pernah tergantikan oleh apapun.
9. Ibu Mike Perdana, selaku Assistant Manager *Media Advertising* di PT Sharp Electronics dan Ayun selaku Supervisor dan teman yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada saya dalam penyelesaian skripsi ini. Dan teman-teman di Sharp yang selalu memberikan dukungannya buat saya.
10. Sahabat-sahabat seperjuanganku di Universitas Mercu Buana, Mas Yudho, Mba Vitri, Puna Tono, Paul, Gieta, Uni Lina, Apit, Qohhar, Indro, Dewi, mbak Endang, Pe'I, untuk semangat, bimbingan, dan keceriaan tanpa batas yang kalian berikan selama ini. Kemudian Hesty karena selalu bersedia diganggu di waktu santainya. Kalian semua adalah teman sekaligus saudara

yang senantiasa mengobati kebosanan dan kalian semua mempunyai tempat khusus di hati.

11. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah turut memberikan bantuan dan dukungannya. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, April 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.3 Konsep Pemasaran	10

2.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
2.5	Pengertian Promosi	18
2.6	Tujuan Promosi	19
2.7	Pengertian Bauran Promosi	22
2.7.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi bauran promosi	30
2.8	Biaya Promosi	32
2.8.1	Kegiatan Promosi	35
2.8.2	Volume Penjualan	49
2.8.3	Hubungan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan	50
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1	Obyek Penelitian	52
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	52
3.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	54
3.1.3	Struktur Organisasi PT Sharp Electronics Indonesia	55
3.1.4	Kegiatan Usaha Perusahaan	61
3.1.5	Perkembangan perusahaan	62
3.2	Desain Penelitian	66
3.3	Hipotesis Penelitian	67
3.4	Variabel Penelitian	67
3.5	Metode Pengumpulan Data	68
3.6	Jenis Data	69

	3.7 Populasi Dan Sample Penelitian	69
	3.8 Metode Analisis Data	69
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	72
	4.1 Kegiatan Promosi Pada PT.SharpElectronics	72
	4.2 Kendali Dalam Tahap-tahap Promosi	82
	4.3 Perkembangan Penjualan Produk	82
	4.4 Hubungan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan ...	84
	4.5 Analisis Koefisien Determinasi	89
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	92
	5.1 Kesimpulan	92
	5.2 Saran	95
	DAFTAR PUSTAKA	96
	LAMPIRAN	
	Lampiran 1: Data Biaya Promosi	98
	Lampiran 2: Data Biaya Penjualan	99
	Lampiran 3 : Tabel Uji t	100

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.5 Perkembangan Perusahaan	62
Tabel 3.8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi....	72
Tabel 4.1 Biaya Promosi PT Sharp Electronics Indonesia.....	81
Tabel 4.3 Perkembangan Penjualan	83
Tabel 4.4.1 Biaya Promosi dan Hasil Penjualan	86
Tabel 4.4.2 Tabel Korelasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.8.1 Skema Proses Produksi Iklan Media Cetak	41
Gambar 3.1.3 Struktur Organisasi PT. Sharp Electronics	60
Gambar 4.4.3 Gambar Grafik Uji t	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:	Biaya Promosi	98
Lampiran 2:	Hasil penjualan	99
Lampiran 3:	Tabel Uji t	100