

**PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PT. RISCON VICTORY**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

Nama : Windhi Pranoto

NIM : 43112320003

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Windhi Pranoto

NIM : 43112320003

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan 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, 16 Maret 2017



Windhi Pranoto
NIM : 43112320003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Windhi Pranoto
NIM : 43112320003
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan dan Promosi Terhadap Volume
Penjualan PT. Riscon Victory
Tanggal Lulus Ujian : 16 Maret 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji

Dra. Yanti Murni, M.M.

Tanggal : 18-03-2017

Dr. Bambang Mulyana, M.Si

Tanggal : 18-03-2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,

Dr. Harjovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 18/3/2017

Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 18/3/2017

ABSTRACT

This study was to determine the effect of advertising and promotion to the volume of sales at PT. Riscon Victory. The object of this study is the developer and construction services in landed house located in Jakarta. This research was conducted by collecting secondary data regarding the company's advertising costs, promotional costs and sales volume issued and obtained from PT. Riscon Victory. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of multiple linear regression tests. The results of this study indicate that simulants between advertising variable (X_1) and promotion (X_2) on sales volume (Y) at PT. Riscon Victory in Jakarta. This is evidenced from the results of simultaneous test and partial test Hasik showing the significant value of two independent variables that support the hypothesis. Therefore the test results of this study stated that the simultaneous effect of advertising and promotion between the variables significantly to the positive sales volume PT Riscon Victory in landed house.

Keyword : advertising, promotion, sales volume

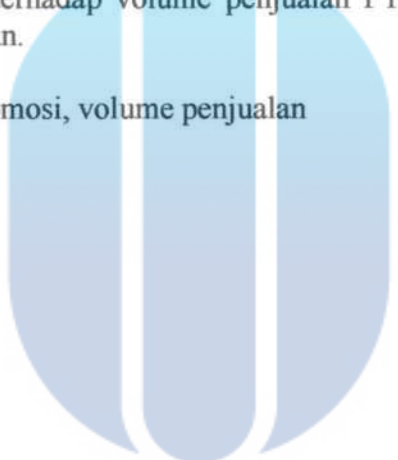


U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh periklanan dan promosi terhadap volume penjualan pada PT. Riscon Victory. Objek penelitian ini adalah perusahaan pengembang dan jasa konstruksi yang bergerak dibidang perumahan yang berlokasi di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data sekunder perusahaan mengenai biaya iklan, biaya promosi serta volume penjualan yang dikeluarkan dan didapat dari PT. Riscon Victory. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berpengaruh secara simultan antara variabel periklanan (X_1) dan promosi (X_2) terhadap volume penjualan (Y) pada PT. Riscon Victory di Jakarta. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan dan hasil uji parsial yang menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh secara simultan antara variabel periklanan dan promosi positif signifikan terhadap volume penjualan PT Riscon Victory yang bergerak dibidang perumahan.

Kata Kunci : periklanan, promosi, volume penjualan



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Periklanan dan Promosi Terhadap Volume Penjualan PT. Riscon Victory”**. Skripsi ini merupakan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan Penulis. Sehingga Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana sejak awal hingga terselesaikannya skripsi ini. Pihak-pihak tersebut adalah :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Muhammad M, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dra. Yanti Murni, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan, saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, serta adik-adik yang sangat penulis cintai dan sayangi, yang telah memberikan semangat, doa dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Istri tercinta Suci Purwaningsih yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan motivasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
8. Mas Sugino, Irfan, dan Bang Ali yang senantiasa selalu memberikan informasi, semangat dan motivasi dalam penulisan skripsi hingga selesai.
9. Staf Karyawan PT Riscon Victory Jakarta yang telah memberikan informasi dan motivasi dalam penulisan skripsi hingga selesai.
10. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Kampus D Bekasi. Khususnya kepada sahabat saya Dimas Yudhistira selaku Staff TU Universitas Mercubuana, terima kasih atas segala kerjasama, bantuan dan dukungannya.

11. Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D atas doa dan dukungannya selama proses kegiatan perkuliahan berlangsung.
12. Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D atas doa dan dukungannya selama proses skripsi berlangsung yaitu Garry, Bapak Irfan, Lina, dan Rossi yang telah memberikan semangat dan motivasi.
13. Dan terakhir penulis ucapkan kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Pada akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembacanya terutama bagi penulis pribadi dan dapat memberikan kontribusi untuk penelitian-penelitian berikutnya.

Jakarta, Maret 2017

Peneliti

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kontribusi	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kontribusi Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Teoritis	7
1. Volume Penjualan	7
2. Periklanan.....	13
3. Promosi.....	16
4. Kajian Riset Terdahulu.....	19
B. Rerangka Konseptual	22
C. Pengembangan Hipotesis	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
-------------------------------------	----

B.	Desain Penelitian	25
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	25
1.	Definisi Variabel	25
2.	Operasionalisasi Variabel.....	26
D.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
1.	Populasi Penelitian	27
2.	Sampel Penelitian.....	28
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
F.	Metode Analisis	29
1.	Statistik Deskriptif.....	29
2.	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.	Uji Ketepatan Model.....	32
4.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	35
5.	Uji Hipotesis.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38
B.	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	43
C.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	44
1.	Hasil Uji Normalitas.....	45
2.	Multikolinieritas.....	47
3.	Heteroskedastisitas	48
D.	Uji Ketepatan Model.....	49
1.	Koefisien Determinasi.....	49
2.	Uji F (Anova)	50
E.	Analisi Model Regresi Linier Berganda	51
F.	Hasil Uji Hipotesis.....	53
1.	Uji T (Parsial).....	53
G.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
1.	Pengaruh Periklaan Terhadap Volume Penjualan.....	54
2.	Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan.....	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

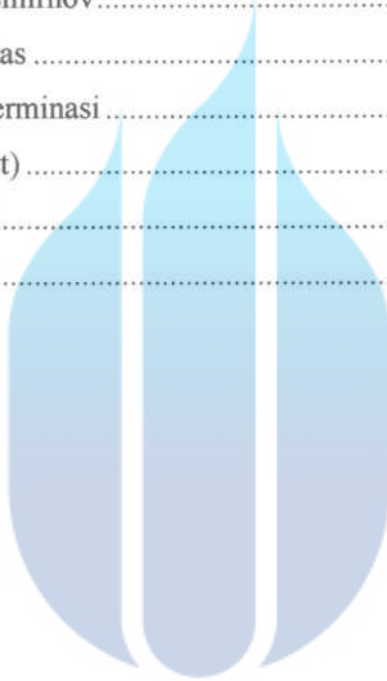
A. Kesimpulan	56
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Volume Penjualan PT. Riscon Victory	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	27
Tabel 4.1 Uji Statistik Deskriptif.....	44
Tabel 4.2 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	47
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.4 Uji Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.5 Uji Simultan (f test)	50
Tabel 4.6 Uji Model Regresi.....	51
Tabel 4.7 Uji T (Parsial)	53



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Property di Indonesia 2011 – 2016	2
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual	22
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability	45
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	49



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Biaya Periklanan dan Promosi Tahun 2012-2016.....	61
Lampiran II Volume Penjualan PT. Riscon Victory Tahun 2012-2016	62
Lampiran III Struktur Organisasi.....	63
Lampiran IV Hasil Uji Normalitas SPSS V.21.....	64
Lampiran V Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS V.21	66
Lampiran VI Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS V.21 (Scatterplot).....	67
Lampiran VII Hasil Uji Multikolinieritas SPSS V.21	68
Lampiran VIII Hasil Uji Regresi Linier Berganda SPSS V.21	69
Lampiran XI Tabel T	70



UNIVERSITAS
MERCU BUANA