

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PT MAYORA INDAH TBK TAHUN 2007-2010**

SKRIPSI

Nama : Vindy Purwany

NIM : 43108110220



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2011

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PT MAYORA INDAH TBK 2007-2010**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

NAMA : Vindy Purwany

NIM : 43108110220



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vindy Purwany
NIM : 43108110220
Program Studi : Manajemen – Strata 1

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 melalui tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Februari 2011



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Vindy Purwany)

NIM : 43108110220

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vindy Purwany
NIM : 43108110220
Program Studi : Manajemen – Strata 1
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan
PT Mayora Indah Tbk Tahun 2007-2010
Tanggal Lulus Ujian : 24 Februari 2011

Disahkan oleh :
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dekan (R.M. Rasyid, SE., MM) Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dr. Enny Ariyanto, MM)

(H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan PT Mayora Indah Tbk Tahun
2007-2010

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Vindy Purwany

43108110220

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Februari 2011

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(R.M. Rasyid, SE., MM)

ANGGOTA DEWAN PENGUJI
MERCU BUANA

Anggota Dewan Penguji

(Drs. Hasanuddin Passiana, MSi)

Anggota Dewan Penguji

(Mochamad Rizki BBA, MBA)

KATA PENGANTAR

Segenap Puji Syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan PT Mayora Indah Tbk Tahun 2007-2010”** ini sebagai salah satu syarat guna meraih gelar kesarjanaan di Fakultas Ekonomi.

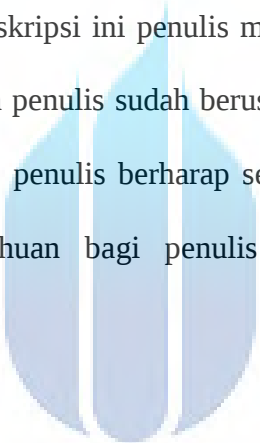
Penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu diharapkan adanya kritik yang membangun yang dapat membantu perbaikan di masa depan.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Enny Ariyanto, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. H. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM, selaku Kaprodi Strata-1 Manajemen.
4. R.M. Rasyid, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen program studi manajemen dan tata usaha Universitas Mercu Buana.
6. Orang Tua tercinta Alm.Papa, Iwan Suherlan, Mama Nungki, Adik, Chepy. Keluarga Bapak Nespari yang baik hati dan seluruh keluarga yang turut ikhlas memberikan doa dan dukungannya

7. Bapak Tito Sulistio, selaku Atasan Penulis yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta ilmu kepada Penulis.
8. Beyb Mohammad Irvan, yang selalu setia membantu, menemani, memberikan semangat, doa dan dukungan kepada Penulis (*I Will Always Love You*).
9. Rekan-rekan Universitas Mercubuana (Melda, Tuti, Ira dll), Para Sahabat Nurul, Rika, Vinkan, Nindy, Euis, Aan, Inners, Ochiepers, Maman, atas semua dukungannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun penulis sudah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan bagi penulis dan bagi semua pihak yang membutuhkan.



UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Jakarta, 24 Februari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Teori Pemasaran.....	6
2.1.1 Konsep Inti Pemasaran.....	10

2.1.2 Orientasi Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Strategi Pemasaran	12
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	14
2.2 Bauran Promosi.....	17
2.2.1 Promosi	18
2.2.2 Brand & Promotion	21
2.2.3 Perangkat Promosi	21
2.2.4 Promosi penjualan dalam kaitannya dengan pemasaran....	23
2.2.5 Definisi promosi penjualan	23
2.2.6 Tiga manfaat promosi	24
2.2.7 Merencanakan Promosi.....	25
2.2.8 Penentuan Tujuan.....	26
2.2.9 Siapa yang menjadi tujuan promosi	34
2.2.10 Menentukan Faktor-Faktor Kunci.....	35
2.2.11 Jenis Promosi Bersama	37
2.3 Pengantar Mengenai Proses Penjualan	44
2.3.1 Definisi Proses Penjualan.....	44
2.3.2 Definisi Penjualan	48
2.3.3 Tipe Tipe Penjualan	49
2.3.4 Tiga Tingkatan Penjualan	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	57
3.1 Objek Penelitian.....	57
3.2 Desain Penelitian.....	67

3.3 Hipotesis.....	68
3.4 Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	69
3.4.1 Variabel	69
3.4.2 Skala Pengukuran.....	70
3.5 Metode Pengumpulan Data	71
3.6 Jenis Data	71
3.7 Metode Analisis Data.....	72
3.7.1 Analisis Regresi Sederhana.....	72
3.7.2 Uji Hipotesis dengan Uji t	73
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Analisis Data Laporan Keuangan PT Mayora Indah Tbk.....	75
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif	76
4.1.2 Analisis dengan Regresi Sederhana	77
4.1.3 Uji Hipotesis dengan Uji t.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Data Laporan Keuangan PT Mayora Indah Tbk.....	75
Tabel 4.2 Data View SPSS.....	76
Tabel 4.3 Rata-rata variabel X dan Y.....	76
Tabel 4.4 Variables Entered/Removed.....	77
Tabel 4.5 Model Summary.....	78
Tabel 4.6 Coefficients	78



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.3.1 Mayora dan Kategori Produknya	61
Gambar 3.3.2 Promosi Above The Line (ATL) dan Bellow The Line (BTL)	66

