

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ” **PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN MIE INSTANT PADA PT.INDOFOOD SUKSES MAKMUR,Tbk** ”

Dengan segala kemampuan yang ada, penulis berupaya untuk menghimpun data dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi. Namun penulis juga menyadari bawahsanya penulis skripsi ini masih jauh belum sempurna dan sesuai yang diharapkan. Untuk itu penulis menyampaikan permohonan maaf dan akan terus berupaya untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan.

Dengan kesungguhan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, baik berupa ilmu, tenaga, perhatian, kesabaran serta doa dalam penyelesaian skripsi, saya ucapkan banyak terima kasih ditujukan kepada :

1. Bapak H. Probosutejo, selaku Ketua Yayasan Menara Bhakti Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr.Ir.Suharyadi, M.S. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Bapak Drs.Hadri Mulya, S.E. Ak. M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Tafiprios, S.E, MM, Selaku Ketua Jurusan Manajemen S-1 Universitas Mercu Buana

5. Bapak Priyono, S.E.,ME, Selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan mata kuliah selama penulis mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini
7. Bapak Ir.Berry Padmanagara, MM, selaku pembimbing riset yang telah banyak menyediakan waktu untuk memberikan bantuanya untuk memperoleh data – data yang dibutuhkan untuk penyusunan skripsi ini di **PT.INDOFOOD SUKSES MAKMUR,Tbk JAKARTA**
8. Ibunda tercinta dan istri tercinta dan Almakara Khalishah, Arrasis Sandekala yang menjadi motivasi belahan hidup penulis
9. Keluarga besar Mas Bambang, keluarga Mba damah, Mas yok & unieq dan keluarga Mas mayis
10. Kepada teman teman Arief Com. Agus ancil, Najid dan Nur serta Muklish, Eko, Agung dan Mas Pur yang telah meluangkan waktu dan hari harinya untuk membantu danh hingga selesainya penulisan skripsi ini
11. Teman – teman senasib seperjuangan di kampus tercinta yang tidak dapat disebutkan satu persatu angkatan ”2004” terutama Padhe (Gobed), Ade, Mbakyunita, Budhe Enti, Rini, Nano, Ucup, Tante, Indra, Desy dll.

Jakarta, Februari 2008

( RIYANTO S.MASNUN )

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR MEMPERTAHANKAN SKRIPSI</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	8
B. Marketing Mix .....	16
1. Product .....	17
2. Price .....	17
3. Promotion .....	17
4. Distribution .....	18
C. Periklanan .....	18
1. Tipe-tipe Iklan .....	20
2. Fungsi dan Tujuan Iklan .....	22

D. Hubungan Iklan dan Pemasaran .....	23
E. Pengertian Periklanan .....	25
1.Keputusan Utama dalam Periklanan.....	26
2.Menetapkan Tujuan Iklan.....	27
F. Keputusan Mengenai Anggaran .....	28
G. Keputusan Penentuan Media.....	29
H. Arti dan Pentingnya Harga.....	31
I. Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Penjualan .....	32
J. Pengaruh Penetapan Harga Jual Produk .....	34
K. Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan.....	35
L. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya .....	37
M. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba .....	38
N. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan .....	39

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Sejarah Perusahaan.....	41
B. Metode Penelitian .....	44
C. Hipotesis.....	44
D. Variabel Pengukuran.....	45
E. Definisi Operasional Penelitian.....	45
F. Metode Pengumpulan Data .....	47
G. Metode Analisa Data .....	47

## **BAB IV ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Pelaksanaan Periklanan .....	50
1. Menentukan Khalayak Sasaran .....	50
2. Menetapkan Tujuan Periklanan .....	51
3. Menentukan Anggaran Periklanan .....	52
4. Menetapkan Pesan Yang Akan Disampaikan .....	52
5. Menetapkan Media Periklanan .....	53
B. Harga Jual Produk Mie Instant .....	60
C. Hasil Penjualan Mie Instant .....	62
D. Pengaruh Iklan dan Harga Penjualan .....	64

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

		Hal
Tabel 1	Penetapan Biaya Iklan Mie Instant (GSS).....	58
Tabel 2	Harga Jual Mie Instant (GSS).....	61
Tabel 3	Hasil Penjualan Mie Instant (GSS) .....	62
Tabel 4	Biaya Iklan,Harga dan Hasil Penjualan.....	64
Tabel 5	Analisis Descriptive Statistik.....	65
Tabel 6	Analisis Variabel Entered Removed .....	66
Tabel 7	Analisis Summary .....	66
Tabel 8	Analisis Anova.....	67
Tabel 9	Analisis Coeficient.....	68



**PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN MIE  
INSTANT PADA PT.INDOFOOD SUKSES MAKMUR,Tbk  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

Program Studi Manajemen

**Nama : RIYANTO S.MASNUN**

**Nim : 4310411-129**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2008**

**PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN MIE  
INSTANT PADA PT.INDOFOOD SUKSES MAKMUR,Tbk  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

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

Nama : RIYANTO S.MASNUN  
Nim : 4310411-129



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2008**



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RIYANTO S. MASNUN  
NIM : 4310411-129  
Program Studi : Ekonomi-Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi :

**PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN  
MIE INSTANT PADA PT. INDOFOOD SUKSES  
MAKMUR, Tbk**

Tanggal Ujian Skripsi : .....

Disahkan Oleh :  
Pembimbing

UNIVERSITAS  
(Priyono, SE, ME)  
MERCU BUANA  
Tanggal :

Dekan

Ketua Jurusan Manajemen

(Drs.Hadri Mulya,SE,Ak.,M.si)

( Tafiprios, SE, MM )

Tanggal :

Tanggal :

**FAKULTAS EKONOMI-UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**