

TUGAS AKHIR

Analisis Pengaruh Promosi dan Iklan terhadap Volume Penjualan Ban PT. MASA di daerah Jakarta

Diajukan Guna Melengkapi Syarat

Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Disusun Oleh :

Nama : Kurniawan

NIM : 41613110005

Program Studi : Teknik Industri

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, :

Nama : Kurniawan
NIM : 41613110005
Jurusan : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Judul Skripsi : **Analisa Pengaruh Promosi Dan Iklan Terhadap Volume Penjualan Ban di PT. MASA**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Mercu Buana.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

MERCU BUANA




LEMBAR PENGESAHAN

**Analisa Pengaruh Promosi Penjualan dan Iklan
terhadap Volume Penjualan Ban PT. MASA di daerah Jakarta**

Disusun oleh :

Nama : Kurniawan
NIM : 41613110005
Jurusan : Teknik Industri

Pembimbing,


(Ir. Farida, MMA)

UNIVERSITAS

MENGETAHUI,
MERCU BUANA

Koordinator Tugas Akhir / Ketua Program Studi



(Dr. Ir. Zulfa Fitri Ikatrinasari, MT)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan karunia, kesempatan, dan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “**Analisa Pengaruh Penjualan dan Iklan terhadap Volume Penjualan Ban PT. MASA di daerah Jakarta**”. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu untuk jurusan Teknik Industri di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

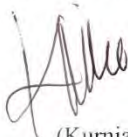
Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat yang Dia berikan, saya dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Ibu Dr. Ir. Zulfa Fitri Ikatrinasari, MT selaku Ketua Program Studi Teknik Industri.
3. Ibu Ir. Farida MMA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan pengarahan dan bimbingan kepada saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Kepada Presiden Direktur PT. MASA yang mohon maaf tidak dapat saya sebutkan namanya pada kesempatan ini. Beliau telah memberikan pandangan serta kekaguman kepada saya atas perjuangan dan kegigihan hidup Beliau.
5. Kepada kedua Orang tua saya, Ayahanda Suwardi dan Ibunda Mar’ati yang dengan begitu hebatnya selalu memberikan Doa, dukungan, pengertian, dan kekuatan.
6. Dan kepada Heri Setiawan, ST yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dan teman-teman mahasiswa Teknik Industri angkatan 23 yang mohon maaf tidak bisa sebutkan satu persatu, karena terus menerus membantu dan menyemangati dalam pembuatan Tugas Akhir ini. saya menyadari bahwa dalam penyusunan laporan tugas akhir ini masih

jauh dari kata sempurna melihat banyaknya keterbatasan dalam pembuatan dari laporan ini, baik secara materi maupun teknik penyajiannya, mengingat masih kurangnya pengetahuan serta pengalaman, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun selalu harapkan guna kesempurnaan dan pembelajaran ke depan yang lebih baik.

Semoga laporan ini bisa mendapat tempat dan manfaatnya untuk Universitas Mercu Buana khususnya Fakultas Teknik Industri dan rekan-rekan mahasiswa untuk menambah Ilmu Pengetahuan.

Jakarta, 25 Juli 2017


(Kurniawan)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Metode Pengambilan Data	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	8
2.3. Promosi.....	9
2.3.1 Pengertian Promosi	9
2.3.1 Tujuan dan Sasaran Promosi.....	10
2.4 Bauran Promosi (Promotional Mix)	13
2.4.1 Iklan (Advertising)	14
2.4.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	21
2.5 Penjualan	29
2.5.1 Strategi Penjualan.....	30

2.5.2	Volume Penjualan	32
2.6	Ban.....	33
2.7	Hubungan Promosi Penjualan dan Iklan dengan Volume Penjualan.	35
2.8	Penelitian Terdahulu.....	38
2.9	Kerangka Pemikiran	41
BAB III	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1	Langkah-Langkah Penelitian.....	43
3.2	Metode dan Desain Penelitian	45
3.2.1	Analisis deskriptif	45
3.3	Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	46
3.3.1	Data.....	46
3.3.2	Pengolahan Data	46
3.3.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.3.2.2	Analisis Regresi Berganda.....	49
3.4	Diagram Alir Penelitian.....	51
BAB IV	52
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	52
4.1	Pengumpulan data	52
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	52
4.2	Pengumpulan dan olah data promosi penjualan dan iklan	55
4.2.1	Promosi Penjualan.....	55
4.2.2	Iklan.....	58
4.2.3	Volume Penjualan	61
4.3	Metode Analisis Data	63
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif	63
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	64
a.	Uji Normalitas.....	64
b.	Uji Autokorelasi.....	65
a	Uji Multikolinieritas	66
b	Uji Heterokedastisitas	67

4.3.3	Analisis Regresi Berganda	69
BAB V	73
HASIL DAN ANALISA	73
5.1	Jenis Promosi Dan Iklan Penjualan pada PT. Masa	73
5.1.1	Voucher	73
5.1.2	Sponsorship	74
5.1.3	Iklan di Televisi.....	75
5.1.4	Papan Reklame.....	76
5.2	Analisa Hasil	77
5.2.1	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	77
5.3	Pengaruh Variabel Promosidan Iklan terhadap Volume Penjualan	81
BAB VI	84
KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Kendaraan.....	1
Tabel 2. 1 penelitian Terdahulu	38
Tabel 4. 1 Data Frekuensi Aktifitas Promosi Penjualan	56
Tabel 4. 2 Data Aktifitas Iklan.....	59
Tabel 4. 3 Data Volume Penjualan Ban.....	61
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif.....	63
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Autokorelasi	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4. 8 Regresi Linier Berganda 1	70
Tabel 4. 9 Regresi Linier Berganda 2	71
Tabel 4. 10 Hasil Pengolahan R Square.....	72
Tabel 5. 1 Hasil Akhir Regresi Linier Berganda.....	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	41
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	41
Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian	51
Gambar 4. 1 Produk Ban PT. MASA.....	54
Gambar 4. 2Grafik <i>Scatterplot</i>	68
Gambar 5. 1 Gambar Promosi Voucher.....	73
Gambar 5. 2 Model Promosi dengan Sponsorship.....	74
Gambar 5. 3 iklan PT. MASA di stasiun TV	75
Gambar 5. 4 Iklan papan Reklame PT. MASA.....	76

