

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan kenikmatan yang tak ternilai, kenikmatan ilmu dan kenikmatan waktu luang sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam tidak lupa kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberi pencerahan kepada umatnya agar selamat dalam menjalani kehidupan ini.

Tugas akhir yang berjudul **"ANALISIS BIAYA PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT."X"** ini disusun sebagai syarat dalam mencapai gelar sarjana strata satu (S1) program studi teknik industri di Universitas Mercu Buana.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya disampaikan atas segala bantuan dan dukungan sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan, kepada :

1. Bapak, Ibu, kakak dan adik tercinta serta seluruh keluarga **"Golden Family"** yang memberikan dorongan dan motifasi yang tak terhingga selama ini.
2. Special thank to **my Oom** dan keluarga yang selalu berdo'a dan berharap aku jadi orang sukses nantinya, sehingga dapat membantu keluarga yang lain.
3. Bapak Ir. Herry Agung Prabowo, Msc selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan bantuan, bimbingan dan arahan selama penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Ir. Muhammad Kholil, MT selaku Ketua Program Studi Teknik Industri yang banyak memberikan bantuan administratif.
5. Seluruh dosen pengajar Teknik Industri Universitas Mercu Buana.

6. Bapak Husein, ST selaku teknisi laboratorium pengolahan data statistik.
7. Buat Pak Joni terima kasih atas bantuannya, serta Pak Todi yang selalu sibuk cari pendamping hidup. Ilvikrizal, Rosita, Pak Suroto, Eva atas *support*-nya.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan VIII kelas karyawan Universitas Mercu Buana, senang mengenal dan berteman dengan kalian semua.

Akhir kata semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karunianya kepada kita semua. Laporan tugas akhir ini disadari sangat jauh dari sempurna, oleh karenanya kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan tugas akhir ini dapat memberi manfaat kepada diri pribadi maupun dunia pendidikan pada umumnya.

Jakarta, Agustus 2008

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstraks	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	3

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Inti Pemasaran	6
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	11
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13

2.3.1 Produk (<i>Product</i>)	19
2.3.2 Harga (<i>Price</i>).....	20
2.3.3 Promosi (<i>Promotion</i>).....	21
2.3.4 Tempat (<i>Place</i>)	21
2.4 Hubungan Biaya Pemasaran Dengan Volume Penjualan ...	22
2.4.1 Biaya Pemasaran	23
2.4.2 Volume Penjualan	23
2.5 Regresi Berganda	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	26
3.1.1 Lokasi Penelitian	26
3.1.2 Proses Produksi	27
3.2 Metodologi Penelitian	31
3.2.1 Tahap Identifikasi Masalah	31
3.2.2 Latar Belakang Permasalahan	32
3.2.3 Rumusan Masalah	33
3.2.4 Tujuan Penelitian	33
3.2.5 Studi Pustaka	34
3.2.6 Tahap Pengambilan Data	34
3.2.7 Analisa	35
3.2.8 Kesimpulan dan Saran	36

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Biaya Pemasaran yang Digunakan Oleh PT.”X”	37
4.1.1 Biaya Distribusi	38
4.1.2 Biaya Toko	38
4.1.3 Biaya Promosi	39
4.2 Pengumpulan Data	40
4.3 Pengolahan Data Dengan Regresi Berganda	41
4.3.1 Hasil Grafik	42
4.3.2 Hasil Statistik Descriptif	42
4.3.3 Hasil Uji Anova	43
4.3.4 Hasil Tabel Koefesien	44
4.3.5 Hasil Tabel Korelasi	46
4.3.6 Hasil Tabel Model Summary	47

BAB V ANALISA HASIL

5.1 Analisa Hasil Tabel	48
5.1.1 Biaya Distribusi	48
5.1.2 Biaya Toko	49
5.1.3 Biaya Promosi	52
5.1.4 Volume Penjualan	55

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	62
6.2 Saran	63
Daftar Pustaka	64
Lampiran	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis Produk yang Dihasilkan	27
Tabel 3.2 Biaya Distribusi, Biaya Toko, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan PT. "X"	36
Tabel 4.1 Biaya Distribusi, Biaya Toko, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan PT. "X"	40
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	42
Tabel 4.3 ANOVA	43
Tabel 4.4 Koefesien	44
Tabel 4.5 Korelasi	46
Tabel 4.6 Model Summary	47
Tabel 5.1 Biaya Distribusi PT. "X" Tahun 2003-2007	49
Tabel 5.2 Biaya Toko PT. "X" Tahun 2003-2007	52
Tabel 5.3 Biaya Promosi PT. "X" Tahun 2003-2007	55
Tabel 5.4 Volume Penjualan PT. "X" Tahun 2003-2007	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Konsep Inti Pemasaran.....	7
Gambar 2.2 Empat Komponen P Dalam Bauran Pemasaran	19
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Normal P-P Plot Volume Penjualan.....	41
Gambar 5.1 Grafik Biaya Distribusi 2003-2007	51
Gambar 5.2 Grafik Biaya Toko PT. "X" 2003-2007	54
Gambar 5.3 Grafik Biaya Promosi PT. "X" 2003-2007	57
Gambar 5.4 Grafik Volume Penjualan PT. "X"	60
Gambar 5.5 Grafik Perbandingan Biaya Distribusi, Biaya Toko, dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Tahun 2003-2007	61