

**PENGARUH *ADVERTISING, PERSONAL SELLING,*  
*SALES PROMOTION, DIRECT MARKETING*  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
UD SINAR ABADI BLITAR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat  
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



**Disusun oleh :  
Nama : Meilani Dwi Astuti  
Nim : 10211020  
Pembimbing : Dra. Sunarsasi, MM.**

**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
KESUMA NEGARA  
BLITAR  
2014**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari

Nama : Meilani Dwi Astuti  
N I M : 10211020  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

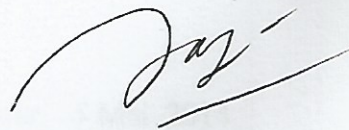
***Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Direct Marketing Terhadap Volume Penjualan UD Sinar Abadi Blitar***

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 20 Agustus 2013 sampai dengan 25 April 2014 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut di atas.

Blitar, 5 Mei 2014

Pembimbing,



**Dra. Sunarsasi, MM.**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Meilani Dwi Astuti  
NIM : 10211020  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**Pengaruh *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Direct Marketing* Terhadap Volume Penjualan UD Sinar Abadi Blitar**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

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

Blitar, 5 Mei 2014



Meilani Dwi Astuti

**UD. SINAR ABADI**  
**PERUSAHAAN KACANG SANGHAI**  
*Cap* **“UNTA” BLITAR**

---

KETERANGAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Umi Narti

Jabatan : Pimpinan Perusahaan Kacang Sanghai Cap “UNTA” Blitar

Bersama ini menerangkan bahwa Mahasiswa dibawah ini:

Nama : Meilani Dwi Astuti

NIM : 10211020

Jurusan : Manajemen

Perguruan tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar

Telah melakukan penelitian di UD. Sinar Abadi Perusahaan kacang sanghai cap “UNTA” Blitar pada bulan desember 2013 sampai bulan february 2014. Untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul:

**“PENGARUH ADVERTISING, PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION, DIRECT MARKETING TERHADAP VOLUME PENJUALAN”**

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunaka sebagaimana mestinya.

Blitar, 3 Maret 2014

Pimpinan



Umi narti

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

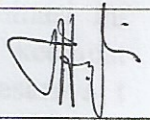

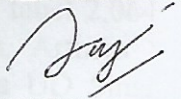
**Pengaruh *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Direct Marketing* Terhadap Volume Penjualan UD Sinar Abadi Blitar**

Yang disusun oleh :

Nama : Meilani Dwi Astuti  
N I M : 10211020  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen

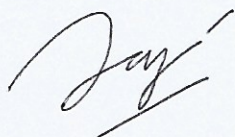
Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 10 Mei 2014

### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO.	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Siti Sunrowiyati, SE., MM.	Penguji I	
2.	Rony Ika Setiawan, SE., MM.	Penguji II	
3.	Dra. Sunarsasi, MM	Penguji III	

Blitar, 10 Mei 2014

Pembimbing,



Dra. Sunarsasi, MM.



Ketua Program Studi,



Aris Sunandes, SE., MM.

## ABSTRAKSI

### **PENGARUH *ADVERTISING, PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION, DIRECT MARKETING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN UD SINAR ABADI BLITAR**

Meilani Dwi Astuti – 10211020

**Kata Kunci :** *advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing, penjualan*

Salah satu upaya suatu produk yang dihasilkan dapat diterima konsumen adalah dengan melaksanakan promosi secara tepat dan terpadu sesuai dengan situasi dan kondisi perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti: *Advertising, personal selling, sales promotion, dan, direct Marketing.*

Tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui pengaruh *advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing* terhadap volume penjualan baik secara simultan maupun partial.

Penelitian menggunakan regresi berganda dengan hasil koefisiennya adalah model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah :  $Y = 39.820.000 + 5,810X_1 + 1,173X_2 + 0,832X_3 + 7,195X_4$ .

Kesimpulan dari nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,961. Artinya *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Direct Marketing* mempengaruhi volume Penjualan sebesar 96,1% sedang sisanya yaitu 0,9% dipengaruhi oleh variabel lain atau diluar variabel bebas yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Apabila dilihat dari prosentase pada koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa sangat besar dan sangat berhubungan sekali keempat variabel dalam mempengaruhi volume penjualan. Hasil penelitian besarnya  $t$  hitung sebesar 3,556. Nilai ini lebih besar dari  $t$  tabel 2,064 ( $3,556 > 2,064$ ) ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak/ $H_a$  diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *advertising* terhadap volume penjualan pada UD Sinar Abadi Blitar. Hasil penelitian besarnya  $t$  hitung sebesar 4,669. Nilai ini lebih besar dari  $t$  tabel 2,064 ( $4,669 > 2,064$ ) ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak/ $H_a$  diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *personal selling* terhadap volume penjualan pada UD Sinar Abadi Blitar. Hasil penelitian besarnya  $t$  hitung sebesar 6,413. Nilai ini lebih besar dari  $t$  tabel 2,064 ( $6,413 > 2,064$ ) ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak/ $H_a$  diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *sales promotion* terhadap volume penjualan pada UD Sinar Abadi Blitar. Hasil penelitian besarnya  $t$  hitung sebesar 3,448. Nilai ini lebih besar dari  $t$  tabel 2,064 ( $3,448 > 2,064$ ) ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak/ $H_a$  diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *direct marketing* terhadap volume penjualan pada UD Sinar Abadi Blitar.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT dan karena dengan izin serta Rihdo-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul : *Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Direct Marketing Terhadap Volume Penjualan UD Sinar Abadi Blitar* Penelitian ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut andil di dalamnya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Iwan Setya Putra, SE. Ak. MM. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Aris Sunandes, SE., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar
3. Ibu Dra. Sunarsasi, MM. Selaku Dosen Pembimbing
4. Bapak serta Ibu Dosen yang telah membekali ilmu semasa kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
5. Rekan-rekan mahasiswa dan mahasiswi yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat aku sebut satu persatu.
6. Semua saudara dan teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan tempat untuk berbagi suka dan duka hingga terselesaikannya penelitian ini.

Kesalahan dan ketidaksempurnaan adalah suatu kewajaran yang dimiliki setiap insan. Kesempurnaan hanyalah milik Allah Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih perlu penyempurnaan. Kritik dan saran yang

sifatnya membangun dari pembaca, sangat penulis harapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Blitar, April 2014

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAKSI .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Permasalahan .....	3
C. Rumusan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Penelitian Terdahulu.....	5
B. Teori Penelitian.....	9
C. Hipotesa .....	15
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	

A. Definisi Operasional Variabel.....	40
B. Populasi Penelitian Dan Sampel.....	41
C. Jenis Penelitian.....	41
D. Metode Pengumpulan Data.....	41
E. Teknik Analisa Data .....	42
F. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	44
 BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
B. Analisis Data.....	55
C. Pembahasan.....	70
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	:	Jumlah Tenaga Kerja .....	49
Tabel 4.2.	:	Jumlah Tingkat Pendidikan.....	49
Tabel 4.3.	:	Jam Kerja .....	50
Tabel 4.4.	:	Harga Dan Kemasan Hasil Produksi.....	51
Tabel 4.5.	:	Data Advertising.....	55
Tabel 4.6	:	Data Sales Promotion.....	56
Tabel 4.7	:	Data Personal Selling.....	57
Tabel 4.8	:	Data Direct Marketing .....	58
Tabel 4.9	:	Data Volume Penjualan .....	59
Tabel 4.10.	:	Uji Normalitas Distribusi.....	60
Tabel 4.11.	:	Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.12	:	Pengujian Autokorelasi.....	63
Tabel 4.13	:	Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 4.14	:	Pengujian Hipotesis Simultan.....	65
Tabel 4.15	:	Pengujian Hipotesis Partial.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. :	Struktur Organisasi .....	47
Gambar 4.2. :	Skema Proses Produksi .....	52
Gambar 4.3. :	Uji Heterokedastisitas .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi
- Lampiran 3 : Output spss