

**PENGARUH PUBLIC RELATIONS, PERSONAL SELLING  
DAN ADVERTISING TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN PADA UD. AZAFOOD WLINGIBLITAR**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian syarat  
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**Disusun Oleh :**

**Nama** : Isna Nur Khasanah  
**NIM** : 11211012  
**Pembimbing** : Rony Ika Setiawan, SE., MM.

**JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU KESUMA NEGARA  
BLITAR**

2015

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : Isna Nur Khasanah

NIM : 11211012

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

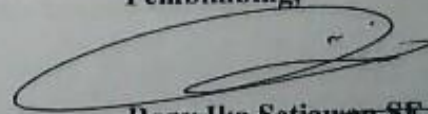
**PENGARUH PUBLIC RELATIONS, PERSONAL SELLING DAN  
ADVERTISING TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UD.  
AZAFOOD WLINGI BLITAR**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 24 Oktober 2014 sampai dengan 15 Januari 2015 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 diatas.

Blitar, 15 Januari 2015

**Pembimbing,**



**Rony Ika Setiawan SE, MM**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Isna Nur Khasanah

NIM : 11211012

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**PENGARUH PUBLIC RELATIONS, PERSONAL SELLING DAN  
ADVERTISING TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UD.  
AZAFOOD WLINGI BLITAR**

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 mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

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

Blitar, 16 Februari 2015

Penulis,

  
Isna Nur Khasanah



**PERUSAHAAN KECAP UD. AZAFOOD WLINGI BLITAR**

SIUP/AKTE : Nomor Ijin DEP.KES RI.NO.SP 200/13.23/99

**Alamat: Lingkungan Klemunan RT1/RW1 Kelurahan Klemunan  
Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar**

SURAT KETERANGAN

No. 020/B.11/XI/UD.AF/2014

Yang bertanda tangan dibawah ini, kami selaku pimpinan UD. Azafood Wlingi Blitar yang beralamat di Kelurahan Klemunan Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar menerangkan bahwa mahasiswa yang bernama:

Nama : ISNA NUR KHASANAH

Nim : 11211012

Program Studi : Manajemen

Asal Sekolah : STIEKEN Blitar

Telah melakukan penelitian di UD. Azafood Wlingi Blitar mulai 3 Oktober 2014 sampai 1 November 2014 dengan judul **"Pengaruh Public Relations, Personal Selling dan Advertising Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Azafood Wlingi Blitar"**.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan oleh yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Blitar, 29 Desember 2014

Pimpinan UD. Azafood Wlingi Blitar

(M. Samsul Huda)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

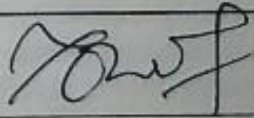
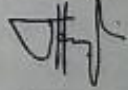

**PENGARUH PUBLIC RELATIONS, PERSONAL SELLING DAN ADVERTISING TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UD. AZAFOOD WLINGI BLITAR**

Yang disusun oleh:

Nama : Isna Nur Khasanah  
NIM : 11211012  
Jurusan : Manajemen  
Program studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 16 Februari 2015

### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO.	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Iwan Setya Putra, SE., Ak., MM.	Penguji I	
2.	Siti Sunrowiyati, SE., MM.	Penguji II	
3.	Rony Ika Setiawan, SE., MM.	Penguji III	

Mengetahui,

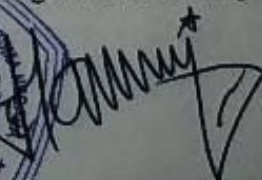
Pembimbing



(Rony Ika Setiawan, SE., MM.)



Ketua Program Studi Manajemen



(Santi Eka Suprajang, SE., MM)

## ABSTRAKSI

### **PENGARUH PUBLIC RELATIONS, PERSONAL SELLING DAN ADVERTISING TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA UD. AZAFOOD BLITAR**

**ISNA NUR KHASANAH – 11211012**

Kata Kunci : Pengaruh Public Relations, Personal Selling dan Advertising, Penjualan

Melaksanakan pemasaran didalam suatu perusahaan atau organisasi tidak akan terlepas dari kesulitan-kesulitan serta persaingan-persaingan untuk menembus pasar. Dengan melihat permasalahan yang ada di perusahaan kecap UD. Aza Food Wlingi Blitar. dalam mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif untuk mendukung strategi pemasaran, perlu memperhatikan dan mencermati hubungan dengan masyarakat (*public relations*), penjualan perseorangan (*personal selling*) dan periklanan (*advertising*) yang ditetapkan oleh perusahaan untuk menarik pelanggan dalam memasarkan produknya guna meningkatkan penjualan yang diharapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan penjualan pada UD. Azafood Wlingi Blitar dengan public relations, personal selling dan advertising, Pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi interview dengan pihak yang terkait pada perusahaan UD. Azafood Wlingi Blitar, observasi pencatatan yang diperoleh dari kegiatan perusahaan, dokumentasi mencatat data yang sudah ada atau dibuat perusahaan. Variabel yang digunakan public relations (X1), personal selling (X2) dan advertising (X3) terhadap penjualan (Y). Pengambilan data dalam penelitian ini pada tahun 2009 sampai 2013. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji Simultan dan uji Parsial) dan analisis Deskriptif.

Dari analisis regresi linier berganda didapatkan hasil bahwa 100% variabel public relations, personal selling dan advertising dapat menjelaskan variabel penjualan pada perusahaan UD. Azafood Wlingi Blitar, Hasil Uji F tersebut menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $16995,409 > 215,707$  artinya variabel public relations, personal selling dan advertising memiliki pengaruh simultan terhadap penjualan pada UD. Azafood Wlingi Blitar dan uji t menjelaskan personal selling dan advertising berpengaruh nyata terhadap penjualan UD. Azafood Wlingi Blitar.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Public Relations, Personal Selling Dan Advertising Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UD. Azafood Wlingi Blitar”. Skripsi ini terselesaikan berkat dukungan dan doa dari beberapa pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Iwan Setya Putra, SE., Ak., MM. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Sandi Eka Suprajang, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
3. Bapak Rony Ika Setiawan, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
4. Bapak H. Samsul Huda, selaku Pimpinan Perusahaan Kecap UD. Azafood Wlingi Blitar
5. Dosen pengajar yang telah membekali ilmu semasa kuliah di Sekolah Tinggi Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
6. Kedua Orang Tua tercinta, Bapak Suropto dan Ibunda Sri Utami atas segenap doa restu, serta memberikan semangat, cinta dan kasih sayangnya kepada penulis yang tidak ada taranya.

7. Semua Saudara, Teman-teman manajemen pagi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan tempat untuk berbagi semangat serta duka maupun suka sehingga terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan karya ilmiah tidaklah mudah, oleh karena itu tidak menutup kemungkinan dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan, karena kesempurnaan adalah milik Allah SWT. Sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan sarannya yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Blitar, 16 Februari 2015

Penulis

Isna Nur Khasanah



## DAFTAR ISI

HalamanJudul.....	i
HalamanPersetujuanSkripsi .....	ii
HalamanPernyataanKeaslian.....	iii
HalamanPengesahan .....	iv
Abstraksi .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
DaftarTabel .....	x
DaftarGambar.....	xi
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. LatarBelakang .....	1
B. Permasalahan .....	3
C. RumusanMasalah.....	4
D. TujuanPenelitian.....	4
E. KegunaanPenelitian .....	5
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. PenelitianTerdahulu.....	6
B. TeoriPenelitian.....	11
C. HubunganAntarVariabel.....	47
D. Hipotesa.....	47
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
A. DevinisiOprasionalVariabel .....	48
B. PopulasiPenelitiandanSampel.....	48
C. JenisPenelitian .....	49
D. MetodePengumpulan Data .....	49
E. TeknikAnalisa Data .....	50
F. WaktudanTempatPenelitian .....	54

<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Data Perusahaan .....	55
	B. Hasil Analisa Data .....	65
	C. Analisa Pembahasan .....	72
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Kesimpulan.....	80
	B. Saran .....	81
	DaftarPustaka .....	82
	Lampiran .....	

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 4.1	Data Penjualan Public Relations	66
Tabel 4.2	Data Penjualan Personal Selling	66
Tabel 4.3	Biaya Advertising	67
Tabel 4.4	Perkembangan Realisasi Penjualan	67
Tabel 4.5	Hasil Data Regresi	68
Tabel 4.6	Hasil Korelasi	69
Tabel 4.7	Hasil Uji F (uji simultan)	70
Tabel 4.8	Hasil uji t (uji parsial)	71
Tabel 4.9	Variabel paling Dominan	72

## DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Model Komunikasi Pemasaran	12
Gambar 2.2	Proses Alur Penjualan	43
Gambar 4.1	Struktur Perusahaan UD.Azafood Wlingio Blitar	58
Gambar 4.2	Proses Produksi Perusahaan UD.Azafood Wlingi Blitar	63