

**PENGARUH ADVERTISING DAN PUBLISITAS  
TERHADAP VOLUME PENGUNJUNG PADA  
PANTAI BALEKAMBANG DI KABUPATEN  
MALANG**

**S K R I P S I**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
**Program Studi : Manajemen**



Disusun Oleh :

**YEFFRI PUSPITO**

99.220.068

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
2006**

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : YEFFRI PUSPITO  
Nomor Pokok : 89.22.0068  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Advertising Dan Publisitas Terhadap  
Volume Pengunjung Pada Pantai Balekambang Di  
Kabupaten Malang

Malang, Februari 2006

### DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

(Dra. Erna Setijani, MM)

Dosen Pembimbing

(Drs. Yarnest, MM)

Rektu Fakultas Ekonomi



(Drs. Maxion Sumtaky, M.Si)

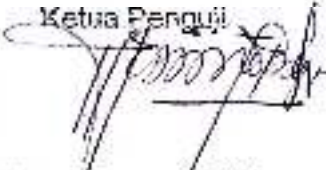
**PENGARUH ADVERTISING DAN PUBLISITAS TERHADAP VOLUME  
PENGUNJUNG PADA PANTAI BALEKAMBANG DI KAB. MALANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**YEFFRI PUSPITO**  
99.220.068

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal : 18 Februari 2008

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji  
  
(Drs. Yarnest, MM)

Sekretaris Penguji  
  
(Drs. Junianto Tjahyo, MM)

Anggota Penguji  
  
(Drs. H. Harianto Respati, MM)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Malang, Februari 2008  
Dekan, Fakultas Ekonomi  
Universitas Merdeka Malang  
  
  
Drs. Maxon Sumtaky, M.Si



**PEMERINTAH KABUPATEN MALANG**  
**PERUSAHAAN DAERAH JASA YASA**

Jl. Jend. Basuki Rahmad 11 Telp. (0341) 365411- 362863 Fax. (0341) 343383 MALANG 65119

**SURAT KETERANGAN**

**Nomor : 072/566/ 429.503/2005**

Dengan ini Direksi PD Jasa Yasa Kabupaten Malang menerangkan bahwa mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang sebagai berikut :

NAMA : YEFFRI PUSPITO  
NIRMI : 99220065  
MAHASISWA : Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang  
JURUSAN : Manajemen

Telah melaksanakan kegiatan penelitian atau survey/research di PD Jasa Yasa Kabupaten Malang di Pantai Balekambang

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sepenuhnya

Malang, 26 Juli 2005

an. DIREKSI PD JASA YASA  
Kabag Administrasi



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yeffri Puspito  
Nomor Pokok : 99220068  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi :Manajemen  
Tempat dan Tgl. Lahir :Malang,03 Agustus 1981  
Alamat :Ds.Kedungrejo-Glotan Kec.Tanjunganom Kab.Nganjuk  
Nama Orang Tua ( Ayah ) : Mudjito  
( Ibu ) : Wiwik Soedarwati  
Riwayat Pendidikan :Lulus SD Negeri Sambirejo I Nganjuk, tahun 1993  
Lulus SMP Negeri I Tanjunganom Nganjuk, tahun 1996  
Lulus SMU Negeri I Patianrowo Nganjuk, tahun 1999  
Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Merdeka Malang sejak  
Tahun 1999

## KATA PENGANTAR

Syaloom,

Ternyata harapan itu tercapai juga meski harus di capai dengan berlari, jatuh dan bangun selama menempuh perjalanan yang penuh liku dan seni ini. Semakin terasa kecil, lemah dan tiada berarti akan keterbatasan dan kemampuan diri ini sebagai makhluk ciptaanNya, dengan karunia dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul:

### **Pengaruh Advertising Dan Publisitas Terhadap Volume Pengunjung Pada Pantai Balekambang Di Kabupaten Malang**

Adalah dalam rangka memenuhi kewajiban serta melengkapi tugas akhir sebagai syarat untuk mengakhiri studi dan untuk mencapai gelar sarjana, oleh karena itu tiada yang patut penulis persembahkan, terlebih dahulu kecuali rasa syukur kepada Allah TRI TUNGGAL. Penulis menyadari bahwa di dunia ini tidak ada satupun manusia yang sempurna, setiap manusia tentulah memiliki kekurangan-kekurangan, begitu pula penulis tidak lepas dari kekurangan dan berbagai macam kelemahan, sehingga penulis menyadari bahwa apa yang tertulis di skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna,oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Dan lewat kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Maxion Sumtaky, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang
2. Ibu Erna Setijani, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak dosen pembimbing Drs Yarnest.MM, waktu, dan bimbingannya sehingga selesailah skripsi ini,Tuhan memberkati.
4. Semua Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi universitas merdeka Malang, terima kasih atas pengajarannya selama ini.
5. Segenap jajaran Direksi PD Jasa Yasa Malang

6. Segenap karyawan dan Staf PD Jasa Yasa Yang telah membantu
  7. Buat Orang tuaku,adikku makasih atas kasih sayang dan doanya.
  8. Buat Mama Atik,Kakakku Benk terima kasih semuanya Om JQ,Om Jito,mbak Lies maaf bila selama ini bikin marah terima kasih atas kasih sayang dan doanya.
  9. Buat rental ASA makasih atas pengetikanya maaf bila sering revisi
  10. Special Thank to:Leke(Wawan), smoga LIOnya jalan ,Bayu makasih  
bimbingannya,Widya(darno),Aris(mukidi),Beni(bendot)Fahrul temen2 Angk99/B.yang tidak bisa disebutin satu-satu makasih kita bisa kenal.
  11. Untuk GKIN IMMANUEL II Erik,Feri,Toni Minul,Santoso tetep kompak dalam pelayanan,tim doa (EKLESIA) makasih doanya,untuk temen-temen yang tidak bisa disebutin satu-satu makasih atas semuanya
  12. Untuk ANID makasih kau ada sebagai semangat di kampus,untuk Krispyku makasih kau ada dalam kisahku.Untuk yang semua yang tersakiti maaf dan maaf.
- Akhir kata , semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua yang membaca dan mendalami masalah ini.

Malang,

Penulis

Jeff

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN RIWAYAT HIDUP .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAKSI	
BAB I      PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian .....	4
BAB II     LANDASAN DAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran .....	6
B. Bauran Pemasaran.....	8
C. Tentang Advertising.....	11
1. Pengertian Adversiting.....	11
2. Tujuan Advertising .....	13
3. Fungsi Advertising .....	14
4. Macam-macam Advertising .....	15
5. Jenis Media Advertising .....	16
6. Langkah-Langkah didalam Melaksanakan Adversiting .....	17



	D. Publisitas .....	18
	1. Pengertian Publisitas .....	18
	2. Tujuan Publisitas .....	19
	3. Sifat-Sifat Publisitas .....	20
	4. <i>Marketing Public Relation</i> .....	21
	E. Hipotesis .....	22
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel .....	23
	B. Definisi Operasional Variabel .....	24
	C. Ruang Lingkup Penelitian.....	25
	D. Lokasi Penelitian .....	26
	E. Sumber Data.....	26
	F. Teknik Pengumpulan Data.....	27
	G. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
	A. Hasil Penelitian .....	31
	1. Sejarah Singkat Unit Usaha Pantai Balekambang .....	31
	2. Bentuk Badan Hukum Unit Usaha Pantai Balekambang .....	32
	3. Lokasi Unit Usaha Pantai Balekambang.....	32
	4. Struktur Organisasi .....	33
	5. Pembagian Kerja .....	35
	6. Personalia .....	38
	7. Pemasaran .....	39
	8. Kunjungan Wisatawan ke Pantai Balekambang .....	43
	9. Target dan Realisasi Volume Pengunjung Pantai Balekambang .....	46
	10. Biaya Advertising .....	47
	11. Biaya Publisitas .....	48

B. Analisis Hasil Penelitian.....	50
1. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	50
2. Pengujian Hipotesis 1 .....	52
3. Pengujian Hipotesis 2 .....	52
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
1. Pembahasan Hasil Analisis Penelitian.....	54
2. Implikasi Hasil Penelitian .....	55
BAB V   KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL	
1. Perincian Harga Sarana .....	41
2. Jumlah Pengunjung.....	45
3. Target dan Realisasi Volume Pengunjung .....	46
4. Biaya Advertising.....	48
5. Biaya Publisitas .....	49
6. Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda .....	50

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR	
1. Struktur Organisasi Unit Usaha Pantai Balekambang .....	34

## ABSTRAKSI

### PENGARUH ADVERTISING DAN PUBLISITAS TERHADAP VOLUME PENGUNJUNG PADA PANTAI BALEKAMBANG DI KAB.MALANG

Salah satu komponen industri pariwisata yang besar peranannya dalam perkembangan kepariwisataan di Indonesia adalah bidang usaha Taman Rekreasi alam, seperti pantai, air terjun, dan lain-lain. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, PD Jasa Yasa selaku pengelola beberapa obyek pariwisata salah satunya Pantai Balekambang mempunyai masalah yaitu : Kurang pelaksanaan *advertising* yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Jasa Yasa selaku pengelola Pantai Balekambang.

Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang berarti dan seberapa besar pengaruh pelaksanaan *advertising* dan publisitas terhadap peningkatan volume pengunjung Pantai Balekambang, serta variabel mana yang dominan pengaruhnya.

Ruang lingkup penelitian terbatas pada manajemen pemasaran yaitu di bidang kegiatan promosi melalui *advertising* dan publisitas yang dapat mempengaruhi volume pengunjung Pantai Balekambang di Kabupaten Malang. Dari ruang lingkup penelitian tersebut maka digunakan dengan teknik analisa regresi berganda, uji parsial ( uji t ), dan uji regresi secara simultan atau uji F

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi berganda, uji F, dan uji t maka diperoleh hasil pengujian sebagai berikut :

a. Dari analisis regresi berganda dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut

$$Y = 690637873,38 + 13.888X_1 + 17.940X_2$$

Dimana terbukti bahwa variabel *advertising* dan publisitas mempengaruhi secara nyata terhadap peningkatan volume pengunjung Pantai Balekambang di Kabupaten Malang.

b. Dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji F dan Uji t maka dapat di ketahui :

1) Dari hasil analisis Uji F maka dapat diketahui bahwa variabel *advertising* dan publisitas mempunyai pengaruh yang nyata terhadap peningkatan volume pengunjung Pantai Balekambang. Hal itu berarti apabila terjadi peningkatan biaya variabel *advertising* dan publisitas maka akan meningkatkan jumlah pengunjung Pantai Balekambang

2) Dari hasil Uji t maka dapat diketahui secara parsial variabel *advertising* dan publisitas berpengaruh secara nyata terhadap peningkatan jumlah pengunjung Pantai Balekambang. Dan dari hasil Uji t maka dapat diketahui bahwa variabel publisitas lebih dominan daripada variabel *advertising*.