

**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP  
VOLUME PENJUALAN PADA PT. KOMPAS  
AGUNG MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi : Manajemen



Disusun Oleh:  
**AGUS SRI SETYATI**  
02.22.0034

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
2006**

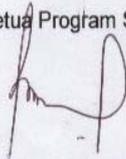
**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : AGUS SRI SETYATI  
Nomor Pokok : 02.22.0034  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Judul : PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TRHADAP  
VOLUME PENJUALAN PADA PT. KOMPAS AGUNG  
MALANG

Malang, Maret 2006

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi,



(Dra. ERNA SETIJANI, MM)

Dosen Pembimbing



(DR. TANTO GATOT S. MS)

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Malang



(Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si)

**PENGARUH PROMOTIONAL MIX TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN PADA PT. KOMPAS AGUNG MALANG**

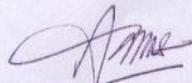
Dipersiapkan dan disusun oleh:

**AGUS SRI SETYATI**  
02.22.0034

Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
Pada tanggal Februari 2006

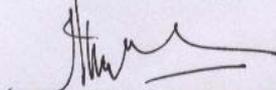
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



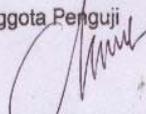
(DR. TANTO GATOT, MS)

Sekretaris Penguji



(Dra. KURNIA ISNU W, MM)

Anggota Penguji



(Drs. M. CH. SINA SETYADI, MM)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Malang, Maret 2006  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Merdeka Malang



  
Drs: MAXION SUMTAKY, M.Si.



## PT. KOMPAS AGUNG

Jl. Ichwan Rais 103 Malang 65116 Indonesia  
Phones : (0341) 362830-327038-354772 Facsimile : (62) (341) 324843

---

Lamp : -  
Hal : Surat Keterangan

Bersama surat ini kami menerangkan dengan sebenarnya, bahwa mahasiswi yang namanya tercantum di bawah ini :

Nama : Agus Sri Setyati  
NPK : 02.22.0034  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen

telah melakukan kegiatan ilmiah / riset pada perusahaan kami, PT. Kompas Agung Malang Jl. IR. Rais 103 Malang 65116 Malang guna penyusunan skripsi pada Universitas Merdeka Malang.

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, terima kasih.

Malang, 16 Februari 2006



Ricardo Sediono, SH, SE, MM

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : AGUS SRI SETYATI  
Nomor Pokok : 02.22.0034  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program studi : Manajemen  
Tempat dan Tgl.Lahir : BATANGHARI,8 AGUSTUS 1983  
Alamat : JL. Cendrawasih 16 Sukun Malang  
Nama Orang Tua (Bapak) : Suwardi (Alm)  
(Ibu ) : Siti Khotijah  
Riwayat Pendidikan :

1. Lulus SDN Sukun 2 Tahun 1996
2. Lulus SLTPN 9 Malang Tahun 1999
3. Lulus Sekolah Menengah Umum Shalahuddin Tahun 2002
4. Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang Tahun 2002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kehadiran Allah yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul: “PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. KOMPAS AGUNG MALANG.

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak **Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si.**, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu **Dra. ERNA SETIJANI, MM**, Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak **DR. TANTO GATOT SUMARSONO, MS**, Selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar dan membimbing penulis dari mulai menjadi mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Merdeka Malang
5. Kedua Orang Tuaku tercinta bapak dan Ibu, terima kasih atas do'a, cinta, air mata dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya, serta dukungan moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Pimpinan dan Staf Pabrik Rokok PT. Kompas Agung Malang yang telah memberikan izin untuk penelitian serta memberikan data yang penulis butuhkan pada Perusahaan Rokok PT. Kompas Agung Malang.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Akhirnya atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta dorongan yang diberikan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, dan penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini.

Demikianlah Skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan.

Malang, Januari 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	
SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	
KATA PENGANTAR .....	
DAFTAR ISI .....	
DAFTAR TABEL .....	
DAFTAR GAMBAR .....	
ABSTRAKSI .....	
THANK'S TO .....	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Teori Yang Melandasi Permasalahan .....	7
1. Pengertian Pemasaran .....	7
2. Bauran Promosi ( <i>Promotional mix</i> ) .....	8
3. Penjualan (Selling).....	19
4. Volume Penjualan .....	20
5. Pengaruh Promotional Mix Terhadap Peningkatan Volume Penjualan .....	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	22
C. Hipotesis.....	23

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....	24
B. Definisi Operasional Variabel .....	25
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	27
D. Lokasi Penelitian .....	27
E. Sumber Data .....	27
F. Teknik Pengumpulan Data .....	28
G. Teknik Analisa Data .....	28

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

A. Hasil Penelitian.....	32
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	32
2. Lokasi Perusahaan .....	33
3. Bentuk Badan Hukum .....	36
4. Struktur Organisasi .....	36
5. Organisasi dan Personalia Perusahaan.....	46
6. Produksi dan Hasil Produksi .....	51
7. Pemasaran.....	57
8. Keuangan Perusahaan .....	64
9. Tujuan Perusahaan.....	65
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
1. Deskripsi Variabel Penelitian .....	68
2. Analisa Data.....	72
3. Uji Hipotesis .....	77
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	83
B. Saran .....	84

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Jumlah Tenaga Kerja	
Perusahaan Rokok PT. Kompas Agung Malang	
Tahun 2001-2005 .....	47
2. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja	
Perusahaan Rokok PT. Kompas Agung Malang	
Tahun 2001-2005 .....	48
3. Jam dan Hari Kerja	
Perusahaan Rokok PT. Kompas Agung Malang	
Tahun 2005.....	49
4. Jumlah Mesin dan Kapasitas Produksi	
Perusahaan Rokok Tahun 2005 .....	53
5. Hasil Produksi dan Jenis Rokok Tahun 2001 – 2005 .....	57
6. Data Volume Penjualan	
Perusahaan Rokok PT. Kompas Agung Malang	
Tahun 2000-2004 (Dalam Rupiah) .....	59
7. Jumlah agen di daerah pemasaran	
Perusahaan rokok PT. Kompas Agung Malang	
Tahun 2005.....	61
8. Data Biaya Advertising	
Perusahaan rokok PT. Kompas Agung Malang	
Tahun 2000 – 2004.....	68
9. Data Biaya Personal Selling	
Perusahaan rokok PT. Kompas Agung Malang	
Tahun 2000 – 2004.....	69
10. Data Biaya <i>Sales promotion</i>	
Perusahaan rokok PT. Kompas Agung Malang	
Tahun 2000 – 2004.....	71

11. Data Volume Penjualan	
Perusahaan rokok PT. Kompas Agung Malang	
Tahun 2000 – 2004.....	72
12. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar	
1. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Kompas Agung Malang Tahun 2005 .....	37
2. Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ Variabel Advertising ( $X_1$ ) .....	78
3. Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ Variabel <i>Personal Selling</i> ( $X_2$ ) .....	79
4. Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ Variabel <i>Sales Promotion</i> ( $X_3$ ) .....	80

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran :

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

## ABSTRAKSI

Dengan cepat berkembangnya keadaan perekonomian ini sangat dirasakan bahwa promosi merupakan salah satu bagian dari marketing mix untuk meningkatkan volume penjualan. Prospek pemasaran perusahaan rokok di Indonesia dewasa ini cukup menjanjikan, hal ini disebabkan karena rokok merupakan salah satu komoditi yang sangat diminati oleh masyarakat baik masyarakat perkotaan maupun masyarakat pedesaan, namun dalam pemasarannya sangat tergantung pada promosi yang dilakukan perusahaan dimana bauran promosi yang dilaksanakan dapat menimbulkan umpan balik bagi perusahaan. Berdasarkan dari latar belakang tersebut diatas, maka diajukan judul "Pengaruh *Promotional Mix* Terhadap Volume Penjualan pada PT.Kompas Agung Malang".

Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk mengetahui pengaruh variabel *promotional mix* yang terdiri dari *advertising*, *personal selling* dan *sales promotion* terhadap volume penjualan pada perusahaan rokok PT. Kompas Agung Malang. 2) Untuk mengetahui variabel *promotional mix* yang berpengaruh dominan terhadap volume penjualan pada perusahaan rokok PT. Kompas Agung Malang

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan analisis regresi berganda, uji t dan uji F untuk menganalisis Data yang diperoleh yang berupa data tentang jumlah kebijakan harga dalam 5 tahun, jumlah biaya periklanan dalam 5 tahun dan jumlah volume penjualan dalam 5 tahun terakhir.

Dari hasil analisa data dengan menggunakan program SPSS 10.0 For Windows, dari hasil uji korelasi berganda terdapat hubungan yang sangat kuat dan searah antara *advertising*, *personal selling*, dan *sales promotion* dengan volume penjualan pada Perusahaan Rokok PT. Kompas Agung Malang.

Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,999 dan setelah disesuaikan didapatkan nilai R adjustnya sebesar 0,995 menunjukkan bahwa variabel *Advertising* ( $X_1$ ), *Personal selling* ( $X_2$ ) dan *Sales promotion* ( $X_3$ ) secara bersama-sama memberikan kontribusi/sumbangan sebesar 99,5% terhadap perubahan volume penjualan ( $Y$ ), sedangkan sisanya sebesar 0,5% merupakan sumbangan/kontribusi variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Dari hasil perhitungan analisis dengan menggunakan program SPSS for Windows, dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 5\%$ ) dan  $df = 3 ; 1$  diperoleh nilai  $F_{tabel} = 225$  sedangkan nilai  $F_{hitung} = 267,385$  sehingga dapat dikatakan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Sehingga hipotesis I yang menyatakan bahwa diduga secara bersama-sama variabel *Advertising* ( $X_1$ ), *Personal selling* ( $X_2$ ) dan *Sales promotion* ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan ( $Y$ ), dapat diterima atau dibuktikan secara statistik.

Dilihat dari besarnya koefisien regresi dapat diketahui variabel bebas  $X_1$  (*Advertising*) adalah variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan dibandingkan dengan variabel bebas yang lain. Hal ini dapat diketahui karena variabel bebas  $X_1$  (*Advertising*) mempunyai nilai koefisien regresi tertinggi yaitu 42,053 dibandingkan dengan variabel bebas yang lain. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *advertising* mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian dapat diterima dan telah teruji secara statistik.

## **SPECIAL THANK'S TO ALL PEOPLE AROUND ME**

### **RIGHT NOW UNTILL LAST OF MY BREATH**

- 1. Kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah serta inayah-Nya yang diberikan kepada hamba hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu dan tak lupa shalawat serta salam semoga tetap selalu tercurahkan untuk Nabi Muhammad S.A.W. beserta sanak keluarga dan sahabat-sahabat Beliau, dan semoga kita bersama-sama mendapatkan syafaat dari Beliau, Amin.**
- 2. Ibu ku dimana Beliau selalu berdoa untuk keberhasilanku dalam belajar hingga saya memperoleh gelar ini atas bantuan Beliau, Ibu ucapan terima kasih dari aku takkan mampu melebihi kasih sayang yang engkau berikan kepada aku. Ibu kini aku menjadi seorang manusia yang mandiri Ibu.**
- 3. Bude dan Pakde ku yang telah menyumbangkan dan tenaganya untuk keberhasilanku dalam menyelesaikan kuliah.**
- 4. Mas Agung adalah orang spesial yang ada dalam hidupku dan selalu memberiku semangat hidup dan mendorongku untuk terus berjuang untuk mendapatkan suatu kebahagiaan.**
- 5. Mbak Desy orang yang selalu peduli dan setia menemani aku di kala di rumah sendirian.**
- 6. Adi, Hery, dan Ajeng kalian adalah teman-teman yang selalu mengkritik aku dan mengajak aku bercanda, tanpa kalian aku kurang semangat di kampus.**
- 7. Sovia kamu adalah temanku yang setia meski pun jauh kau pun tetap peduli dan perhatian selain itu kamu sering menemani aku dan tidur di rumah dan tidak lupa kalau malam kamu paling suka gorengan "lento".**

8. Anis, Nika, Dwi, Sayk, Yulia, dan masih banyak lagi teman-teman ku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, kalian semua teman-teman ku yang saling melengkapi, tanpa ada kalian di kelas terasa sepi banget.
9. Mas Kweceng yang telah membantu aku dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
10. Osa dan Yoga adik-adikku yang lucu membuatku lebih semangat dalam segala hal dan membuat selalu kangen setiap hari.
11. Mbak Yani kamu adalah kakakku yang baik selalu memberiku semangat terus berjuang menyelesaikan kuliah supaya cepat kerja.

**HOW MUCH WORD CAME OUT IS "THANK'S"  
INTO MY LIPS FOR ALL PEOPLE  
WHO I CAN'T SAY IT ONE BY ONE  
JUST I CAN PRAY FOR THOSE PEOPLE IS  
"I HOPE YOUR DREAM'S CAME TRUE GUY'S"**