

**PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP OMZET PENJUALAN PIPA PPR MERK SD PADA
PT. PRIMA KARYA AGUNG JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen Dalam Program Pendidikan Tingkat Strata Satu**



Diajukan Oleh :

Nama : Heri Setiawan
NPM : 201010325043
Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2014

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : HERI SETIAWAN

NPM : 201010325043

JURUSAN : MANAJEMEN


KONSENTRASI MATA KULIAH : PEMASARAN

JUDUL SKRIPSI

Pengaruh *Personal Selling* dan Promosi Penjualan terhadap Omzet Penjualan Pipa PPR merk SD pada PT. Prima Karya Agung Jakarta

Pembimbing I

Pembimbing II


(M. Yusuf Kurniawan SE.MM)


(Fitri Aryani SE. MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya



(Dr.Edison Panjaitan)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : HERI SETIAWAN
NPM : 201010325043
JURUSAN : MANAJEMEN
KONSENTRASI MATA KULIAH : PEMASARAN

JUDUL SKRIPSI

Pengaruh *Personal Selling* dan Promosi Penjualan terhadap Omzet Penjualan Pipa PPR merk SD pada PT. Prima Karya Agung Jakarta

Ketua : Budi Indrawati, SE.MM

(*Budi*)

Penguji I : Drs. Sujiyo Miranto. Mpd. MM

(*Sujiyo*)

Penguji II : Didik Prihanto, SE. MM

(*Didik*)

Sekretaris : Dwi Lestari, SE. MM

(*Dwi*)

LEMBAR PERNYATAAN

NAMA : **HERI SETIAWAN**
NPM : **201010325043**
FAKULTAS : **EKONOMI**
JURUSAN : **MANAJEMEN**
KONSENTRASI : **PEMASARAN**

Menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam skripsi ini dengan judul :

“PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP OMZET PENJUALAN PIPA PPR MERK SD PADA PT. PRIMA KARYA AGUNG JAKARTA”.

Dengan ini menyatakan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 4 Agustus 2014



Heri Setiawan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa, dengan segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis, berupa kesehatan fisik dan mental sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang diberi judul “ Pengaruh *Personal Selling* dan Promosi Penjualan terhadap Omzet Penjualan Pipa PPR merk SD pada PT. Prima Karya Agung “ guna memenuhi salah satu syarat dalam mata kuliah Skripsi, program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Manajemen Pemasaran, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya - Bekasi.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *personal selling* dan promosi penjualan terhadap omzet penjualan, sehingga diperlukan suatu analisa guna mengetahui kelebihan dan kekurangannya agar dapat berorientasi pada omzet penjualan.

Penulis juga tidak lupa menyampaikan rasa syukur dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya.
2. Bapak Irjen Pol (P) Drs. Bambang Karsono, SH, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

3. Bapak Dr. Edison Panjaitan, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Budi Indrawati, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak M. Yusuf Kurniawan SE, MM. Selaku pembimbing satu yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mendorong dan mengarahkan penulis hingga selesainya penelitian ini.
6. Ibu Fitri Aryani SE, MM. Selaku pembimbing dua yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan memberi petunjuk penulis hingga selesainya penelitian ini.
7. Seluruh Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendidik penulis dalam menimba ilmu di berbagai aspek sehingga penulis mendapatkan banyak sekali ilmu selama menjalankan pendidikan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Orang tua penulis Bapak Ali Abdullah yang telah memberikan motivasi dan semangat penulis.
9. Ibunda Sutinah (Alm) yang telah melahirkan, mengasuh, mendidik dan memberi motivasi serta inspirasi penulis, semoga Allah SWT selalu memberikan tempat yang terbaik .
10. Bapak Drs. H. Elmursil Moenzir dan Ibunda Hj. Nurlaili mertua penulis yang telah memberikan doa dan motivasi penulis.
11. Istri tercinta Cindy Amelia dan keluarga besar penulis yang selama ini telah mendukung baik moril, materil, motivasi serta doa yang tulus kepada penulis.

12. Ibu Evi Yap Manager Marketing PT. Prima Karya Agung
13. Teman – teman dan sahabat seperjuangan P2K Ubhara angkatan 2014, Andi (RT), Bustaman, Indira, Windy, Amar, Rindy, Wulan, Uncu, Datu, Yenita serta teman - teman yang lainnya yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang selalu bersama dalam suka dan duka, saling mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
14. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Sesungguhnya penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini, namun kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu segala kritik dan saran sangat diharapkan untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membaca dan ingin menggunakannya untuk bahan perbandingan, bahan pelengkap, ataupun bahan kepustakaan.

WassalamualaikumWr. Wb.

Bekasi, 4 Agustus 2014

Penulis

Heri Setiawan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya *personal selling* dan biaya promosi terhadap omzet penjualan pada PT. Prima Karya Agung. Adapun variabel yang digunakan dimana Y = omzet penjualan dan X_1 = biaya *personal selling* serta X_2 = biaya promosi penjualan. Data menggunakan rumus regresi berganda dan uji t serta uji F . Dari hasil penelitian menggunakan program *eviews* menunjukkan bahwa hasil regresi adalah $Y = 29963339 + (-0.000926) X_1 + 0.013820 X_2$, $SE (1654250) (0.000981) (0.000991)$, $t\text{-stat}(18.11294) (-0.944364) (13.94422)$, $R = 0.849243$, $F\text{-stat} = 99.58102$, $n = 36$, $\alpha = 0,05$, $df = 33$, Nilai $Adjusted\ R\text{-squared} = 0.849243$ menandakan bahwa variasi dalam variabel dependen mampu dijelaskan secara serentak oleh variabel – variabel *personal selling* (X_1) dan promosi penjualan (X_2) sebesar 84,92%, sedangkan sisanya sebesar 15,08% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian. berdasarkan hasil uji t variabel *personal selling* (X_1) $t\text{-stat} = -0,94 < t\text{-tabel } 1,692$ tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y . Variabel promosi penjualan (X_2) $t\text{-stat} = 13.94 > t\text{-tabel} = 1,692$ berpengaruh signifikan terhadap variabel Y , Pengujian secara serentak (Uji F) ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan secara serentak yang melibatkan 2 (dua) variabel terhadap variabel Y menggunakan distribusi F yaitu membandingkan $F\text{-stat} = 99,5 > F\text{-tabel} = 2,26$ maka dapat disimpulkan variabel X_1 dan X_2 secara serentak mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan variabel Y . Disimpulkan uji bahwa pengaruh biaya *personal selling* tidak berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan sedangkan biaya promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan, dikarenakan biaya *personal selling* cukup rendah jika dibandingkan dengan omzet yang diterima dan biaya promosi penjualan cukup tinggi sehingga mempengaruhi omzet penjualan.

Kata Kunci : *Personal Selling*, Promosi Penjualan, Omzet Penjualan, Regresi Berganda, Eviews

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the cost of personal selling and sales promotion costs to turnover at PT. Prima Great Work. Adapun variables used- where $Y = X1$ = sales turnover and the cost of personal selling and sales promotion $X2 = \text{cost}$. Data using multiple regression formula and the t test and F test of the results of research using evIEWS program showed that the results of the regression is $Y = 29963339 + (-0.000926) X1 + X2 0.013820$, SE (1654250) (0.000981) (0.000991), t-stat (18.11294) (-0.944364) (13.94422), $R = 0.849243$, $F\text{-stat} = 99.58102$, $n = 36$, $\alpha = 0.05$, $df = 33$, Adjusted R-squared = 0.849243 indicates that the variation in the dependent variable is able to explain simultaneously by variables - personal selling variable ($X1$) and sales promotion ($X2$) is 84.92%, while the remaining 15.08% is explained by other factors that are not included in the study. based on the results of personal selling t test variable ($X1$) t-stat = -0.94 < 1.692 t-table no significant effect on the variable Y. Variable sales promotion ($X2$) t-stat = 13.94 > t-table = 1.692 significant effect on variable Y, simultaneously Testing (Test F) presence or absence of significant effect simultaneously involving two (2) variable to variable Y using the distribution F is comparing the $F\text{-stat} = 99.5 > F\text{-table} = 2.26$, it can be inferred variables $X1$ and $X2$ simultaneously have a very significant influence on the change of variable Y. test concluded that the effect of the cost of personal selling is no significant effect on the turnover of sales while sales promotion costs a significant effect on sales turnover, due to the cost of personal selling is quite low when compared with the turnover received and the cost is quite high sehingga sales promotions affect sales turnover.

Keywords: Personal Selling, Sales Promotion, Sales Turnover, Regression, EvIEWS

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
a. Pengertian Pemasaran	8
b. Fungsi Pemasaran.....	13

c. Bauran pemasaran	15
d. Pengertian Promosi	17
e. Bauran Promosi	20
f. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	22
g. Promosi Penjualan	25
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	28
2.3. Kerangka Teoritikal	31
2.4. Hipotesis Penelitian	34
III. METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
a. Profil Perusahaan.....	35
b. Jenis Produk	35
c. Visi dan Misi	36
d. Struktur Organisasi	36
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian	40
3.3 Jenis Dan Sumber Data	41
3.4 Populasi Dan Sample	42
3.5 Definisi Operasional Variabel	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Uji Asumsi Klasik	46
a. Uji Normalitas	46
b. Uji Autokorelasi	47
c. Uji Multikolinieritas	49

d. Uji Heteroskedastisitas	50
3.8 Regresi Berganda.....	52
3.9 Uji t dan Uji F	54
a. Uji t	54
b. Uji F	55
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Hasil Penelitian	57
a. Analisa Perkembangan Penjualan Pipa	57
b. Analisa Uji Asumsi Klasik	65
1. Uji Normalitas	65
2. Uji Autokorelasi	66
3. Uji Multikolinieritas	67
4. Uji Heteroskedastisitas	68
c. Regresi Berganda.....	69
d. Uji t dan Uji F	72
1. Uji t	72
2. Uji F	73
4.2. Pembahasan	75
a. Pengaruh Personal Selling dengan Omzet Penjualan	75
b. Pengaruh Promosi Penjualan dengan Omzet Penjualan	76
c. Pengaruh <i>Personal Selling</i> dan Promosi Penjualan dengan Omzet Penjualn	77
V. KESIMPULAN DAN SARAN	80

5.1. Kesimpulan80

5.2. Saran81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Variabel	44
Tabel 4.1 Jumlah Omzet penjualan	58
Tabel 4.2 Biaya <i>Personal selling</i>	60
Tabel 4.3 Biaya Promosi Penjualan	62
Tabel 4.4 Uji Autokolerasi	66
Tabel 4.5 Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.6 Uji Heteroskedasitas	69
Tabel 4.7 Regresi Berganda	71
Tabel 4.8 Uji <i>T</i> -tabel	72
Tabel 4.9 Uji <i>F</i> -Tabel	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritikal	33
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	40
Gambar 4.1 Uji Normalitas	65
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

Surat Keterangan Riset dari Perusahaan

Tabel uji data eviews

Tabel t

Tabel F



DAFTAR SINGKATAN

PE = *Polyethylene*

PVC = *Polyvinyl Chloride*

PPR = *Poly Propylene Random*

SD = *Strong Durabel* (Kuat Tahan lama)

PN = *Pressure Nominal* (Tekanan Maksimal)

DIN = *Deutsches Institut fur Normung* (Jerman Institute for Standardization Standar Jerman)

ISO = *International Organization for Standardization* (Standar Sistem Manajemen Mutu)

