

**PENGARUH BENTUK-BENTUK SALES PROMOTION DALAM USAHA
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA
PT. INDUSTRI SANDANG NUSANTARA
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

MIRA
02200277

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
JUNI 2005**

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

**PENGARUH BENTUK-BENTUK SALES PROMOTION DALAM USAHA
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA
PT. INDUSTRI SANDANG NUSANTARA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

SKRIPSI

Ini diajukan kepada:

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Oleh :

MIRA

02200277

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
JUNI 2005



LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Pengaruh Bentuk-Bentuk Sales Promotion Dalam
Usaha Meningkatkan Omzet Penjualan Pada
PT. Industri Sandang Nusantara
Di Surabaya**

OLEH

MIRA

02200277

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM PENGUJI

DOSEN PEMBIMBING I,



Dra. Soffia Pudji Estiasih, MM.

DOSEN PEMBIMBING II,



Alfonsus Rudy S, SE.



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : MIRA, NIM. 02200277
Telah diuji pada tanggal 23 Juli 2005, dan dinyatakan LULUS oleh ;

Ketua Tim Penguji



Drs. E. Jv. BUDI KARTONO, M. S.

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Jurusan,



Dra. Jeanne Asteria W, Msi., Ak

V. Ratna Inggawati, SE, MM.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan
Pada Hari Sabtu, tanggal 23 Juli 2005


Pengaruh Bentuk-Bentuk Sales Promotion Dalam Usaha Meningkatkan Omzet Penjualan Pada PT. Industri Sandang Nusantara Di Surabaya

Disusun Oleh :

Nama : MIRA
N I M : 0200277
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Universitas : DARMA CENDIKA SURABAYA

Dihadapan tim penguji :

1. Drs. Ec. JV. BUDI KARTONO, M. S.
Ketua



2. Dra. SOFFIA P.E., M.M.
Sekretaris



3. Drs. AGUS SUHARSONO, M.Sc.
Anggota



**SURAT PERNYATAAN
TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT/PENJIPLAKAN
DALAM PENYUSUNAN SKRIPSI
PADA PROGRAM S1 FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

NAMA LENGKAP : MIRA
ALAMAT : Griya Sedati Indah Jl. Nakulo E - 15
NO. TELP / HP : 031 - 8662246 / 0812 - 3000 - 145
NPM : 02200277
FAKULTAS/JURUSAN : EKONOMI/ MANAJEMEN

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat dengan judul :

PENGARUH BENTUK-BENTUK SALES PROMOTION DALAM
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA
PT. INDUSTRI SANDANG NUSANTARA DI SURABAYA

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, yang saya buat/susun menurut ide murni dari saya. Saya menyatakan tidak melakukan tindakan plagiat ataupun menjiplak skripsi/karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata diketahui dan terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau jiplakan dari skripsi/karya ilmiah milik orang lain maka saya bersedia menerima sanksi berupa :

1. Pembatalan Nilai Ujian Skripsi;
2. Penundaan kelulusan dari program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika;

Demikian Surat Pernyataan ini saya sampaikan untuk diketahui sebagaimana mestinya

Surabaya, 23 Juli 2005

MENGETAHUI
Dosen Pembimbing



(.....)

(.....)





KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Bentuk-bentuk Sales Promotion Dalam Usaha Meningkatkan Omzet Penjualan pada PT. Industri Sandang Nusantara di Surabaya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Penulis telah berusaha untuk mencurahkan segala pikiran, tenaga dan kemampuan yang ada, namun tanpa bantuan dari berbagai pihak kiranya Skripsi ini tidak akan mencapai hasil sebagaimana dalam bentuk sekarang ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dra. Yovita Panin M.M, selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Dra. Jeane A. Wawolangi, Ak, Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan dosen pembimbing, yang telah berusaha untuk meluangkan waktunya memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran guna penyelesaian Skripsi ini.
3. Ibu Dra. Soffia PE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Alfon
4. Bapak dan Ibu Dosen serta staf Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan waktu dan segala kemampuannya dalam



mengarahkan, membimbing dan memberikan perkuliahan, sehingga dapat terselesainya penyusunan skripsi ini.

5. Bapak pimpinan dan staf karyawan PT. Industri Sandang Nusantara II, yang telah memberikan ijin untuk mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi.
6. Bapak, Ibu, Suami dan Saudara-saudaraku tercinta yang telah banyak memberikan do'a untuk menyelesaikan studi, baik moril maupun spirituil hingga berakhirnya penulisan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa dan rekan-rekan kerja yang telah banyak membantu memberikan dorongan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penulis menyadari, walaupun telah diusahakan semaksimal mungkin dengan segala keterbatasan yang ada, penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun penulis terima dengan senang hati. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca yang berkepentingan.

Surabaya, Juni 2005

Penulis

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran dan Konsep Strategi Pemasaran.....	7
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.1.2. Konsep Strategi Pemasaran.....	9
2.1.2. Pengertian Promosi Penjualan.....	12
2.1.2.1. Tujuan Promosi Penjualan	13





2.1.2.2. Bentuk-bentuk Sales Promotion.....	14
2.1.3. Omzet Penjualan.....	19
2.1.3.1. Memperkirakan Jumlah Penjualan	20
2.1.3.2. Hubungan Bentuk-bentuk Promosi Penjualan dengan omzet Penjualan	21
2.2. Rumusan Hipotesis	22
2.3. Kerangka Konseptual	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	24
3.2. Identifikasi Variabel	24
3.3. Jenis Data dan Sumber Data.....	24
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	25
3.5. Teknik Analisis Data.....	26
3.6. Teknik Pengujian Hipotesis	27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Diskripsi Hasil Penelitian	30
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	30
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	31
4.1.3. Bidang Usaha	37
4.1.4. Mutu Produksi	37
4.1.5. Kepastian Mutu	38



4.1.6. Pemasaran dan Distribusi	38
4.1.7. Sumber Daya Manusia	40
4.2. Hasil Penjualan.....	40
4.2.1. Harga	42
4.2.2. Promosi Penjualan	42
4.3. Pembahasan	45
4.3.1. Pengujian Hipotesis.....	45
4.3.2. Pengujian Secara Serempak	45
4.3.3. Pengujian Secara Parsial/Individu	47
4.3.4. Koefisien Determinan (R^2)	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	53
5.2. Saran-saran	54

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Halaman

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/pengalihan hak dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



Tabel 4.1.	Target dan Realisasi Penjualan Kain	41
Tabel 4.2.	Biaya Promosi Penjualan.....	43
Tabel 4.3.	Biaya Promosi Penjualan dan Realisasi Penjualan.....	44

DAFTAR GAMBAR

	<i>Halaman</i>
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Sandang Nusantara II	32
Gambar 4.2. Distribusi F Sales Promotion Terhadap Omzet Penjualan	46
Gambar 4.3 Distribusi t Pemberian Hadiah Langsung (X_1) Terhadap Omzet Penjualan.....	48
Gambar 4.4. Distribusi t potongan Harga (X_2) Terhadap Omzet Penjualan.....	50
Gambar 4.5 Distribusi t Demontrasi di Tempat Penjualan (X_3) Terhadap Omzet Penjualan.....	51



PENGARUH BENTUK-BENTUK SALES PROMOTION DALAM USAHA
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA PT. (PERSERO) INDUSTRI
SANDANG NUSANTARA DI SURABAYA

ABSTRAK SKRIPSI

Perekonomian global terasa nampak jelas dipermukaan dewasa ini, yaitu dengan banyak macam-macam promosi penjualan untuk meningkatkan omzet penjualan. Dengan demikian seberapa suksesnya sebuah usaha penjualan akan tergantung pada tingkat promosi penjualan yang dilakukan. Dari latar belakang ini, maka rumusan masalah yang diajukan adalah; 1) apakah bentuk-bentuk sales promotion (pemberian hadiah langsung, potongan harga, dan demonstrasi di toko penjualan (X)) berpengaruh terhadap peningkatan omzet Penjualan (Y)?, 2) manakah bentuk-bentuk sales promotion (pemberian hadiah langsung, potongan harga, dan demonstrasi di toko penjualan (X)) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap peningkatan omzet Penjualan (Y)?

Untuk mengetahui apakah berpengaruh atau tidak dilakukan uji statistik. Uji statistik pertama uji F. Hipotesis yang diajukan tidak diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau tidak signifikan dan dapat diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan.

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh dominan dilakukan uji t. H_0 diterima jika tidak terdapat pengaruh yang dominan diantara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). H_1 diterima jika terdapat pengaruh yang dominan diantara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini digunakan uji dua arah dengan signifikansi 0,025.

Dari hasil perhitungan uji F, maka F_{hitung} yang dihasilkan lebih besar dari F_{tabel} , atau $8.121 > 7.50$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen yaitu; pemberian hadiah langsung (X_1), potongan harga (X_2), demonstrasi di tempat penjualan (X_3), berpengaruh secara serempak terhadap variabel dependen yaitu omzet penjualan (Y), dengan demikian hipotesis pertama dapat diterima kebenarannya.

Berdasarkan pada hasil analisis, maka hipotesis kedua terbukti kebenarannya, yaitu variabel potongan harga (X_2) mempunyai pengaruh dominan terhadap omzet penjualan pada level of significant (α) 5% dengan nilai t_{hitung} sebesar 4.815 dan koefisien regresi (b_2) sebesar 53.108.

