

ANALISA PENGARUH PERSONAL SELLING
DAN SALES PROMOTION TERHADAP PENJUALAN BARANG
DI PT. COLUMBINDO PERDANA JAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu Tugas Akademik dan
Melengkapi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen

Oleh :

FIRMANSYAH

No. Pokok : 03410908



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA

2005

TIDAK BOLEH
DICOPY

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

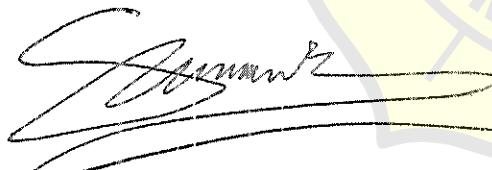
Nama : Firmansyah
No. Pokok : 03410908
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Jenjang : S₁ (Strata Satu)
Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Sales Promotion dan Personal
Selling Terhadap Penjualan Barang Pada
PT. Columbindo Perdana Jakarta

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi Sarjana pada bulan Agustus 2005.

Jakarta, Juli 2005

Mengetahui

Ka. Jur. Manajemen,

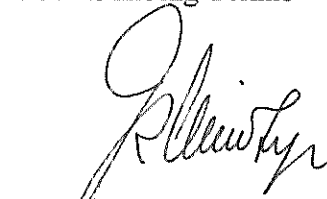

(Soekardi Hardjo Sentono, SE, MM)

Menyetujui

1. Pembimbing Materi,


(Drs. Fauzi Basyir, MM)

2. Pembimbing Teknis


(Murfiaty Zaghlul, SE, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Firmansyah

No. Pokok : 03410908

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Sales Promotion dan Personal Selling

Terhadap Penjualan Barang Pada PT. Columbindo Perdana Jakarta.

Telah diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada tanggalAgustus 2005,
dengan hasil

Panitia Penguji Skripsi

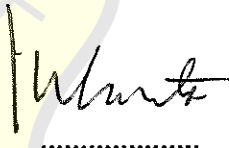
Nama

Jabatan

Tanda Tangan

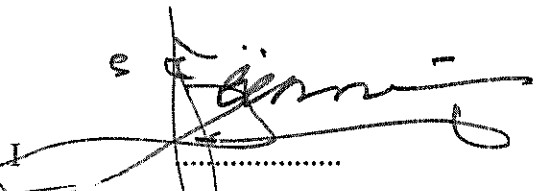
1. DR. Suharto Rahman

Ketua Penguji



2. Drs. Soeroso

Anggota Penguji I



3. Drs. Fauzi Baisyir. MM

Anggota Penguji II



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Firmansyah

No. Pokok : 03410908

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Sales Promotion dan Personal Selling

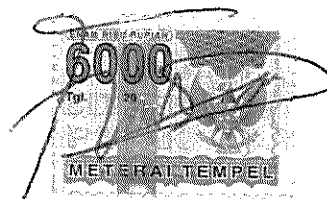
Terhadap Penjualan Barang Pada PT. Columbindo Perdana Jakarta.

MENYATAKAN

Bahwa skripsi ini saya susun berdasarkan hasil riset, observasi dan wawancara serta menggabungkannya dengan literatur yang berhubungan dengan materi skripsi sebagaimana yang tercantum dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 28 Juli 2005



(FIRMANSYAH)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua penulis dan keluarga yang telah membesarkan , mendidik dan membimbing penulis hingga saat ini. Penulis sangat menghargai pengorbanan yang telah kalian berikan baik moril maupun spirituil. Terima kasih atas doa-doa yang telah kalian panjatkan kepada Allah SWT yang ditujukan untuk penulis. Semoga Penulis dapat membalas jasa-jasa kalian. Terima kasih yang sebesar-besarnya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Dimana skripsi ini penulis sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul skripsi penulis ambil adalah “Analisa Pengaruh Sales Promotion dan Personal Selling Terhadap Penjualan Barang Pada PT. Columbindo Perdana Jakarta”.

Tujuan penulisan tugas skripsi ini dibuat adalah sebagai salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil riset, observasi, wawancara serta beberapa sumber literatur yang mendukung penulisan ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan tugas akhir ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

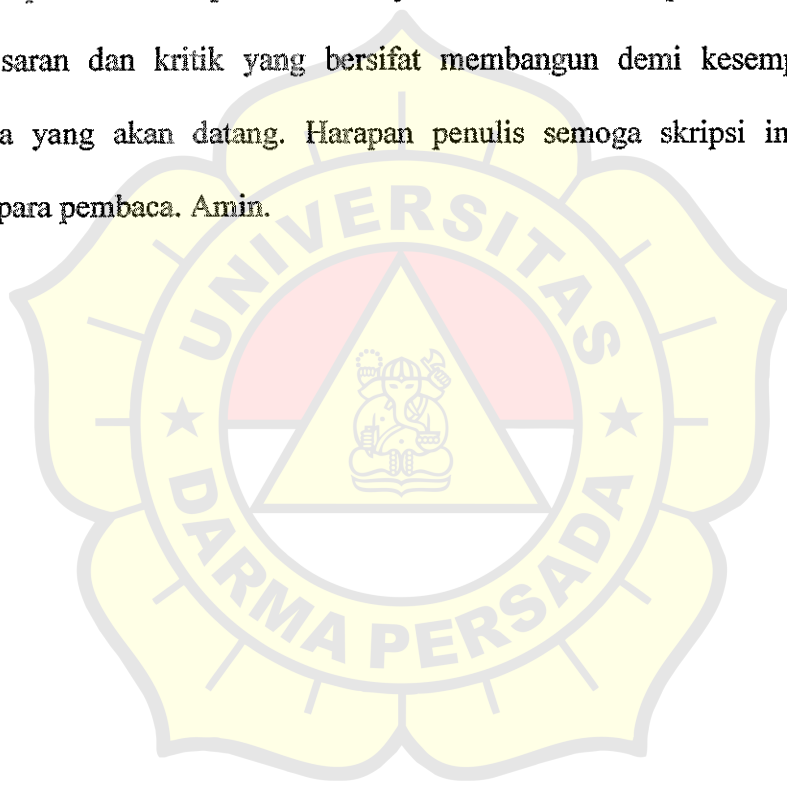
1. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada dan sekaligus Dosen Pembimbing Materi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat berharga selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Murdiaty Zaghlul, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat berharga selama penyusunan skripsi ini.

3. Bapak Sukardi Hardjo Sentono, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen dan sekaligus Dosen Pembimbing Akademik atas kesediaannya menjawab semua masalah-masalah akademik yang saya hadapi termasuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat berharga.
4. Mbak Dini Rahayu, SE, MM, selaku Sekretaris Jurusan dan sebagai teman tukar pikiran atas nasehat dan kiat-kiat yang telah diberikannya.
5. Para Dosen dan Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berharga dan segala bantuan yang diberikan selama penulis kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Dharma Persada.
6. Bapak Wira Supardi (Manajer Cabang Timur) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan riset.
7. Mbak Ana (*Sales Supervisor*) yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab semua pertanyaan.
8. Jeprizal beserta karyawan lainnya atas waktu dan data yang diberikan kepada penulis selama melakukan riset.
9. Sri Wahyuni (Uwi) yang selalu setia menemani mendengarkan keluhanku dan banyak memotivasiku dalam penyelesaian skripsi ini (*everything is nothing without you*).
10. Ika, Agus, Jepri dan kawan-kawan lainnya atas persahabatan yang tulus untuk selamanya (*we are the one*).

11. Teman-teman satu Fakultas terutama Hari, Dewi, Dika, Mamang, Bodi, Nanda, Ayu, Play Group dan semua teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu (*you're my man*).

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu, yang masing-masing telah banyak membantu sehingga terwujudnya skripsi ini.

Seperti pepatah mengatakan “tiada gading yang tak retak”. Penulis pun menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh sekali dari sempurna, Untuk itu penulis mohon saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Amin.



Jakarta, 28 Juli 2002

Firmansyah

ABSTRAKSI

- A. **FIRMANSYAH. 03410908**
- B. **Analisa Pengaruh Sales Promotion Dan Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Barang Pada PT. Columbindo Perdana Jakarta.**
- C. xiv + 104 halaman, 7 tabel, 3 gambar, 2005.
- D. **Kata Kunci :** Pengaruh Biaya, promosi penjualan, personal selling, terhadap penjualan.
- E. **Alasan dan Tujuan Penelitian :** Penelitian ini dalam rangka untuk mengetahui seberapa besar dan seberapa kuat promosi penjualan dan personal selling berpengaruh pada penjualan. Serta apakah perusahaan sudah menerapkan strategi yang benar dalam persentase pengeluaran antara kedua bauran promosi tersebut.
Metode Penelitian : Metode Penelitian yang digunakan adalah metode pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan dengan wawancara dan observasi. Sedang metode analisis yang digunakan adalah metode korelasi dan regresi berganda.
Hasil Penelitian : Dari hasil penelitian diperoleh koefisien korelasi berganda sebesar $r = 0,1$, maka hubungan antara biaya personal selling dan promosi penjualan terhadap hasil penjualan adalah positif tetapi lemah. Positif disini berarti naiknya biaya personal selling dan promosi penjualan akan meningkatkan hasil penjualan. Sedangkan koefisien regresi bergandanya adalah $Y = 36,12 + (- 0,13) X_1 + (3,87) X_2$. Hal ini berarti tanpa adanya personal selling dan promosi penjualan, maka hasil penjualan adalah 36,12. Jika personal selling naik sebesar satu satuan, maka jumlah penjualan berkurang sebesar - 0,13 satuan. Jika promosi penjualan naik satu satuan maka penjualan akan meningkat sebesar 3,87 satuan.
Kesimpulan dan Saran : Dari hasil analisis yang telah dilakukan ternyata personal selling yang dilakukan oleh perusahaan tidak efektif, terlihat dari hasil personal selling dalam persamaan regresi yang hasilnya negatif. Namun jika dana personal selling dialokasikan untuk promosi penjualan maka akan lebih efektif karena dalam persamaan regresi, promosi penjualan hasilnya adalah positif.
- F. **Daftar Pustaka :** 12 (1996 – 2005)

G. Pembimbing Materi



(Drs. Fauzi Baisyir, SE. M.M)

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Pembatasan Masalah	2
D. Perumusan Masalah	3
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
F. Metode Penelitian	4
G. Sistematika Penulisan	12

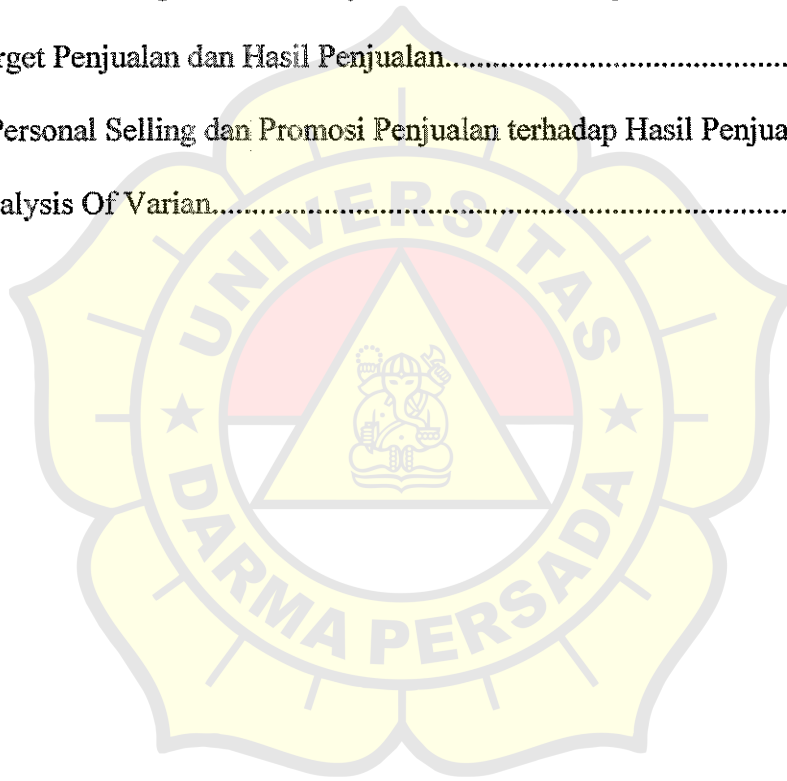
BAB II	LANDASAN TEORI	14
	A. Pengertian Pemasaran Konsep Pemasaran dan Fungsi Pemasaran	14
	B. Bauran Pemasaran, Bauran Promosi dan Tujuan Promosi	22
	C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Personal Selling	36
	D. Fungsi-fungsi Tenaga Penjualan	38
	E. Proses Personal Selling	41
	F. Tujuan dan Peranan Promosi Penjualan	43
	G. Cara-cara Promosi Penjualan	46
	H. Strategi Pengeluaran Promosi dan Strategi Bauran Promosi	48
	I. Segmentasi Pasar dan Pasar Sasaran	51
BAB III	TINJAUAN UMUM	55
	A. Sejarah Berdiri dan Perkembangan Perusahaan	55
	B. Struktur Organisasi dan Manajemen.....	59
	C. Aktifitas Perusahaan	67
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
	A. Pelaksanaan Promosi Penjualan Pada PT. Columbindo Perdana ...	69
	B. Pelaksanaan Personal Selling Pada PT. Columbindo Perdana	72
	C. Hubungan Personal Selling dan Promosi Penjualan Dengan Penjualan	77
	D. Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Perusahaan.	98

BAB V	PENUTUP	101
	A. Kesimpulan	101
	B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA		105



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
IV.1 Tabel Biaya Personal Selling.....	78
IV.2 Tabel Biaya Promosi Penjualan.....	80
IV.3 Tabel Hasil Penjualan.....	82
IV.4 Tabel Personal Selling, Promosi Penjualan serta Hasil Penjualan.....	83
IV.5 Tabel Target Penjualan dan Hasil Penjualan.....	85
IV.6 Analisa Personal Selling dan Promosi Penjualan terhadap Hasil Penjualan..	87
IV.7 Tabel Analysis Of Varian.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II.1 Model Komunikasi Pemasaran	24
II.2. Tujuan Komunikasi, Respon Khalayak dan Proses Pembelian	27
III.1. Struktur Organisasi PT. Columbindo Perdana	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang tumbuh dengan pesatnya pada era globalisasi saat ini dan dengan kemajuan teknologi yang makin canggih, kebutuhan akan barang-barang kebutuhan sehari-hari sudah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dielakkan lagi.

Melihat hal tersebut perusahaan penyedia barang melihat hal ini sebagai suatu peluang dan mendapat perhatian yang sangat besar. Dari hal tersebut maka saat ini banyak bermunculan perusahaan yang bergerak dalam penjualan barang, yang dalam hal ini barang tersebut adalah barang kategori sekunder dan tertier. Hal ini mengakibatkan terjadinya persaingan yang lebih ketat diantara perusahaan-perusahaan tersebut.

Menghadapi persaingan yang terjadi maka setiap perusahaan berusaha menetapkan strategi yang sesuai untuk memasarkan barang-barang tersebut ketangan konsumen. Untuk itu diperlukan cara yang efisien dan efektif dalam mempromosikan barang-barang tersebut.

Promosi merupakan salah satu sarana yang terdapat didalam strategi pemasaran, yang digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang kegunaan dan sifat dari barang atau jasa, serta paling tidak menarik dan meyakinkan konsumen sehingga mereka mau membeli. Yang termasuk dalam kegiatan promosi antara lain *advertising, personal selling, sales promotion, publicitas*. Variabel-

variabel promosi ini dikombinasikan untuk saling mendukung dalam suatu strategi promosi. Promosi mempunyai peranan penting untuk memperkenalkan, memberitahukan kehadiran suatu produk kepada konsumen dengan maksud agar konsumen tersebut membeli.

PT. Columbindo Perdana yang beroperasi di Jl. Jatinegara Barat 148 Jakarta, dalam melaksanakan kegiatan promosinya berusaha memperkenalkan produknya seperti barang-barang elektronik, furniture, dan perangkat perlengkapan interior rumah, yang berusaha dipasarkan dalam berbagai lini promosi yang diharapkan akan meningkatkan jumlah penjualan pada perusahaan tersebut. Pada PT. Columbindo Perdana cenderung lebih banyak digunakan *sales promotion* dan *personal selling*, karena konsumennya dalam hal ini memerlukan kepercayaan yang tinggi dalam hal membeli barang-barang yang dijual oleh PT. Columbindo Perdana.

B. Identifikasi Masalah

Faktor yang mempengaruhi hasil penjualan pada PT. Columbindo Perdana, yang antara lain disebabkan oleh mutu barang yang tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pembeli, kesesuaian tingkat harga, promosi yang rendah atau tidak efektif, kelancaran distribusi dalam suatu penyampaian barang dan lain sebagainya.

C. Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang akan diteliti, maka penulis membatasi masalah pada bagaimana pengaruh promosi khususnya pada bauran promosi *sales*

promotion dan *personal selling* mempengaruhi hasil penjualan pada PT. Columbindo Perdana.

D. Perumusan Masalah

Mengacu pada pembatasan masalah, maka penulis selanjutnya mencoba merumuskan masalah yang ada, yaitu :

1. Bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh PT. Columbindo Perdana ?
2. Bagaimana pengaruh *personal selling* dan *sales promotion* dalam meningkatkan hasil penjualan pada PT. Columbindo Perdana.

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini dimaksudkan :

1. Untuk mengetahui bagaimana masalah perusahaan dalam melaksanakan kegiatan *personal selling* dan *sales promotion* dan bagaimana mengantisipasinya.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya promosi tersebut terhadap hasil penjualan pada PT. Columbindo Perdana.
3. Untuk Mengetahui besarnya hubungan variabel independen dengan variabel dependen atau pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y .

Sedangkan manfaat yang diberikan dari adanya penelitian ini bagi umum adalah mengetahui dan memberikan tambahan wawasan mengenai pengaruh kedua

bauran promosi tersebut terhadap hasil penjualan dalam suatu perusahaan. Sedangkan bagi perusahaan sendiri adalah dapat mengetahui sejauh mana kegiatan promosi yang telah dijalankan mempengaruhi tingkat penjualan.

F. Metode Penelitian

Penulis dalam rangka penelitian ini terlebih dahulu mengadakan riset perusahaan untuk memperoleh data sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Suatu pengumpulan data yang bersifat teoritis yaitu dengan membaca buku-buku atau *literature* yang ada di perpustakaan Universitas Darma Persada maupun dari sumber lainnya.

b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Adalah metode pengumpulan data dari perusahaan yang diperoleh dengan cara :

- Interview / Wawancara

Yaitu dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada orang yang berhubungan didalam perusahaan tersebut.

- Observasi

Yaitu penulis nantinya akan mendatangi langsung objek yang akan diteliti, sehingga akan diperoleh dan diketahui aktivitas nyata dari perusahaan dan agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

2. Metode Analisa Data

Setelah data diperoleh selanjutnya data akan dianalisa sesuai dengan metode analisis yang cocok. Dalam penelitian ini akan digunakan metode analisis regresi dan korelasi linear berganda dengan rumus :

$$\text{Bentuk Deterministik : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots \dots \dots b_kX_k$$

Keterangan :

Y = variable terikat

X_1, X_2 = variable bebas

a, b_1, b_2 = koefisien regresi linear berganda

a = nilai Y, apabila $X_1 = X_2 = 0$

b = besarnya kenaikan atau penurunan Y dalam satuan, jika X_1 naik atau turun satu satuan dan X_2 konstan

+ atau - = tanda yang menunjukkan arah hubungan antara Y dan X_1 atau X_2

Nilai dari koefisien a, b_1, b_2 dapat ditentukan dengan beberapa cara seperti berikut ini :

1) Metode kuadrat terkecil

$$a = Y - b_1X_1 - b_2X_2$$

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1y) - (\sum x_1x_2)(\sum x_2y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2y) - (\sum x_1x_2)(\sum x_1y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1x_2)^2}$$

$$Y = \frac{\sum Y}{n}$$

$$X_1 = \frac{\sum X_1}{n}$$

$$X_2 = \frac{\sum X_2}{n}$$

$$\sum y^2 = \sum Y^2 - n \cdot Y^2$$

$$\sum x_1^2 = \sum X_1^2 - n \cdot X_1^2$$

$$\sum x_2^2 = \sum X_2^2 - n \cdot X_2^2$$

$$\sum x_1 y = \sum X_1 Y - n \cdot X_1 Y$$

$$\sum x_2 y = \sum X_2 Y - n \cdot X_2 Y$$

$$\sum x_1 x_2 = \sum X_1 X_2 - n \cdot X_1 X_2$$

Pendugaan Dan Pengujian Koefisien Regresi

1. Kesalahan Baku Regresi dan Koefisien Regresi Berganda

Kesalahan baku regresi berganda dirumuskan dengan :

$$Se = \sqrt{\frac{\sum y^2 - (b_1(\sum x_1 y) + b_2(\sum x_2 y))}{n - m}}$$

Keterangan :

S_e = kesalahan baku regresi berganda

n = jumlah pasangan observasi

m = jumlah konstanta dalam persamaan regresi berganda

Untuk koefisien regresi berganda b_1 dan b_2 , kesalahan bakunya dirumuskan :

$$Sb_1 = \frac{S_e}{\sqrt{(\sum X_1^2 - n\bar{X}_1^2)(1 - r_{Y-1}^2)}}$$

$$Sb_2 = \frac{S_e}{\sqrt{(\sum X_2^2 - n\bar{X}_2^2)(1 - r_{Y-1}^2)}}$$

Keterangan :

Sb_1 dan Sb_2 = kesalahan baku koefisien regresi berganda b_1 dan b_2

r_{Y-1} = koefisien korelasi antara X_1 DAN X_2

$$r_{Y-1} = \frac{n\sum X_1 X_2 - \sum X_1 \sum X_2}{\sqrt{(n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(n\sum X_2^2 - (\sum X_2)^2)}}$$

Pendugaan Koefisien Regresi Berganda (Parameter B_1 dan B_2)

Parameter B_1 dan B_2 sering juga disebut sebagai koefisien regresi parsial.

Pendugaan parameter B_1 dan B_2 menggunakan distribusi t dengan derajat bebas

$$(db) = n - m$$

Secara umum pendugaan parameter B_1 dan B_2 adalah :

$$b_i - t_{\alpha/2; n-m} S b_i \leq B_i \leq b_i + t_{\alpha/2; n-m} S b_i$$

$$i = 2, 3$$

Pengujian Hipotesis Koefisien Regresi Berganda

pengujian hipotesis serentak

langkah – langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan formulasi hipotesis

$$H_0: B_1 = B_2 = 0 \text{ (} X_1 \text{ dan } X_2 \text{ tidak mempengaruhi)}$$

$$H_1: B_1 \neq B_2 \neq 0 \text{ (salah satu atau kedua variable } X \text{ mempengaruhi } Y \text{)}$$

2. Menentukan taraf nyata (α) dan nilai F tabel

Taraf nyata (α) dan nilai F table ditentukan dengan derajat bebas $v_1 = k - 1$ dan

$$V_2 = n - k$$

$$F_{\alpha(v_1)(v_2)} = \dots$$

3. Menentukan kriteria pengujian

$$H_0 \text{ diterima apabila } F_0 \leq F_{\alpha(v_1)(v_2)}$$

$$H_0 \text{ ditolak apabila } F_0 < F_{\alpha(v_1)(v_2)}$$

4. Menentukan nilai uji statistic dengan table ANOVA

Tabel ANOVA :

Sumber Variasi	Jumlah Kwadrat	Derajat Bebas	Rata-rata Kuadrat	F ₀
Regresi (X ₁ , X ₂)	JKR	k - 1	$\frac{JKR}{k-1}$	$\frac{RKR}{RKE}$
Error	JKE	n - k	$\frac{JKE}{n-k}$	
Total	JKT	n - 1		

$$JKT = \sum y^2$$

$$= \sum Y^2 - n \cdot \bar{Y}^2$$

$$JKR = b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y$$

$$b_1 (\sum X_1 Y - n \bar{X}_1 \bar{Y}) + b_2 (\sum X_2 Y - n \bar{X}_2 \bar{Y})$$

$$JKE = JKT - JKR$$

Selain menggunakan tabel ANOVA diatas, nilai F₀ dapat pula ditentukan dengan menggunakan rumus :

$$F_0 = \frac{\frac{KPB}{2}}{\frac{1 - KPB}{(n - 3)}}$$

Keterangan :

KPB = Koefisien penentu berganda atau koefisien determinasi berganda atau

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

n = jumlah sample

5. Membuat kesimpulan

Menyimpulkan apakah H_0 diterima atau ditolak

KORELASI LINEAR BERGANDA

Korelasi linear berganda merupakan alat ukur mengenai hubungan yang terjadi antara variable terikat (Y) dan dua atau lebih variable bebas (X_1, X_2, \dots, X_k). Analisis korelasinya menggunakan tiga koefisien korelasi, yaitu koefisien determinasi berganda, koefisien korelasi berganda dan koefisien korelasi parsial.

a. koefisien determinasi berganda (KDB) atau R^2

Nilai Koefisien determinasi berganda ($KPB_{Y.12}$) terletak antara 0 dan 1 ($0 \leq KPB_{Y.12} \leq 1$). Koefisien determinasi berganda dirumuskan :

$$KPB_{Y.12} = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

b. koefisien korelasi berganda

Koefisien korelasi berganda, disimbolakan $r_{Y.12}$, merupakan ukuran keeratan hubungan antara variable terikat dan semua variable bebas secara bersama-sama.

Koefisien korelasi berganda adalah akar dari koefisien determinasi berganda,

$R_{Y.12} = \sqrt{KPB_{Y.12}}$. Koefisien korelasi berganda dirumuskan :

$$R_{Y.12} = \sqrt{\frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

c. koefisien korelasi parsial

1. Koefisien korelasi parsial antara Y dan X₁, apabila X₂ konstan.

Dirumuskan :

$$r_{Y.12} = \frac{r_{Y1} - r_{Y2} \cdot r_{12}}{\sqrt{(1 - r_{Y2}^2)(1 - r_{12}^2)}}$$

2. Koefisien korelasi parsial antara Y dan X₂, apabila X₁ konstan.

Dirumuskan :

$$r_{Y1.2} = \frac{r_{Y2} - r_{Y1} \cdot r_{12}}{\sqrt{(1 - r_{Y1}^2)(1 - r_{12}^2)}}$$

3. Koefisien korelasi parsial antara X₁ dan X₂, apabila Y konstan

Dirumuskan :

$$r_{12Y} = \frac{r_{12} - r_{Y1} \cdot r_{Y2}}{\sqrt{(1 - r_{Y1}^2)(1 - r_{Y2}^2)}}$$

d. koefisien penentu parsial

Koefisien penentu parsial merupakan koefisien untuk mengetahui besarnya sumbangan satu variable bebas terhadap variasi atau naik turunnya nilai variable terikat (Y), jika variable bebas lainnya dianggap konstan. Dari koefisien penentu parsial inilah dapat diketahui factor yang dominant mempengaruhi variable terikat (Y). Rumus – rumus koefisien penentu parsial adalah sebagai berikut :

1. Koefisien penentu parsial dari X_1 terhadap Y, jika X_2 konstan.

$$KPP_{Y1.2} = r^2_{Y1.2} \text{ atau}$$

$$KPP_{Y1.2} = r^2_{Y1.2} \times 100 \%$$

2. Koefisien penentu parsial dari X_2 terhadap Y, jika X_1 konstan.

$$KPP_{Y2.1} = r^2_{Y2.1} \text{ atau}$$

$$KPP_{Y2.1} = r^2_{Y2.1} \times 100 \%$$

3. Koefisien penentu parsial dari X_1 terhadap X_2 , jika Y konstan.

$$KPP_{12.Y} = r^2_{12.Y} \text{ atau}$$

$$KPP_{12.Y} = r^2_{12.Y} \times 100 \%$$

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan pengertian pemasaran dan fungsi pemasaran, komunikasi pemasaran, tujuan promosi, bauran promosi, strategi pengeluaran promosi, strategi bauran promosi, segmentasi pasar dan pasar sasaran.

BAB III TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang sejarah berdirinya perusahaan dan perkembangannya, struktur organisasi, dan bidang usaha perusahaan.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Didalam bab ini akan diuraikan tentang luas wilayah pemasaran dan sasaran konsumennya, pelaksanaan kebijakan promosi penjualan dan penjualan secara personal, perkembangan hasil penjualan selama periode tertentu, analisis perkembangan hasil penjualan, dan masalah yang dihadapi perusahaan serta pemecahannya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis mencoba mengemukakan kesimpulan atas hasil penelitian dan memberikan saran-saran atas hasil analisis.