

**PENGARUH *BUDGET PROMOTION MIX* TERHADAP
TINGKAT PENJUALAN GOD INCORPORATED
DI BANDUNG, JAWA-BARAT**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Oleh

Yenny Kumala Dhewi

010901750 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BUDGET PROMOTION MIX* TERHADAP
TINGKAT PENJUALAN GOD. INCORPORATED
DI BANDUNG, JAWA-BARAT**

SKRIPSI

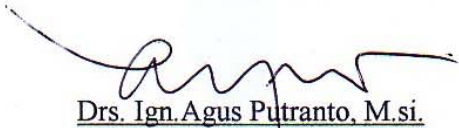
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

YENNY KUMALA DHEWI

No. Mhs : 010901750/KOM

Disetujui Oleh :



Drs. Ign. Agus Putranto, M.si.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Budget Promotion Mix* Terhadap Tingkat Penjualan

God Incorporated Di Bandung, Jawa-Barat

Penyusun : Yenny Kumala Dhewi

NIM : 010901750

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa / 1 Maret 2011

Pukul : 15.00 WIB

Tempat : Ruang sidang

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP, M.Si

Penguji Utama

Drs Ign Agus Putranto Msi

Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, M.Si.

Penguji II



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yenny Kumala Dhewi

No. Mahasiswa : 010901750

Angkatan Tahun : 2001

Jurusan : Periklanan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Atmajaya
Yogyakarta

Judul skripsi : Pengaruh *Budget Promotion Mix* Terhadap Tingkat
Penjualan God Incorporated Di Bandung, Jawa-Barat

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memenuhi gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah itu dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi apabila kemudian hari diketahui tidak benar.

Yogyakarta, 17 Februari 2011

Yang membuat pernyataan


METERAI
TEMPEL
PAJAK PENGHASILAN BANGSA
20
D5B89AAF392313667
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP Yenny Kumala Dhewi

YENNY KUMALA DHEWI

No. Mhs : 01901750/KOM

Pengaruh *Budget Promotion Mix* Terhadap Tingkat Penjualan God Incorporated Di Bandung, Jawa-Barat

ABSTRAK

Budget Promotion Mix adalah anggaran biaya pemasaran yang digunakan dalam penerapan aktivitas pemasaran atau *Promotion Mix*. *Promotion Mix* terdiri dari Penjualan Perorangan (*Personal Selling*), Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat dan Publisitas (*Public Relations and Publicity*), Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*).

Aktivitas pemasaran sangat erat kaitannya dengan *Promotion Mix*, karena berakibat pada peningkatan atau penurunan penjualan produk.

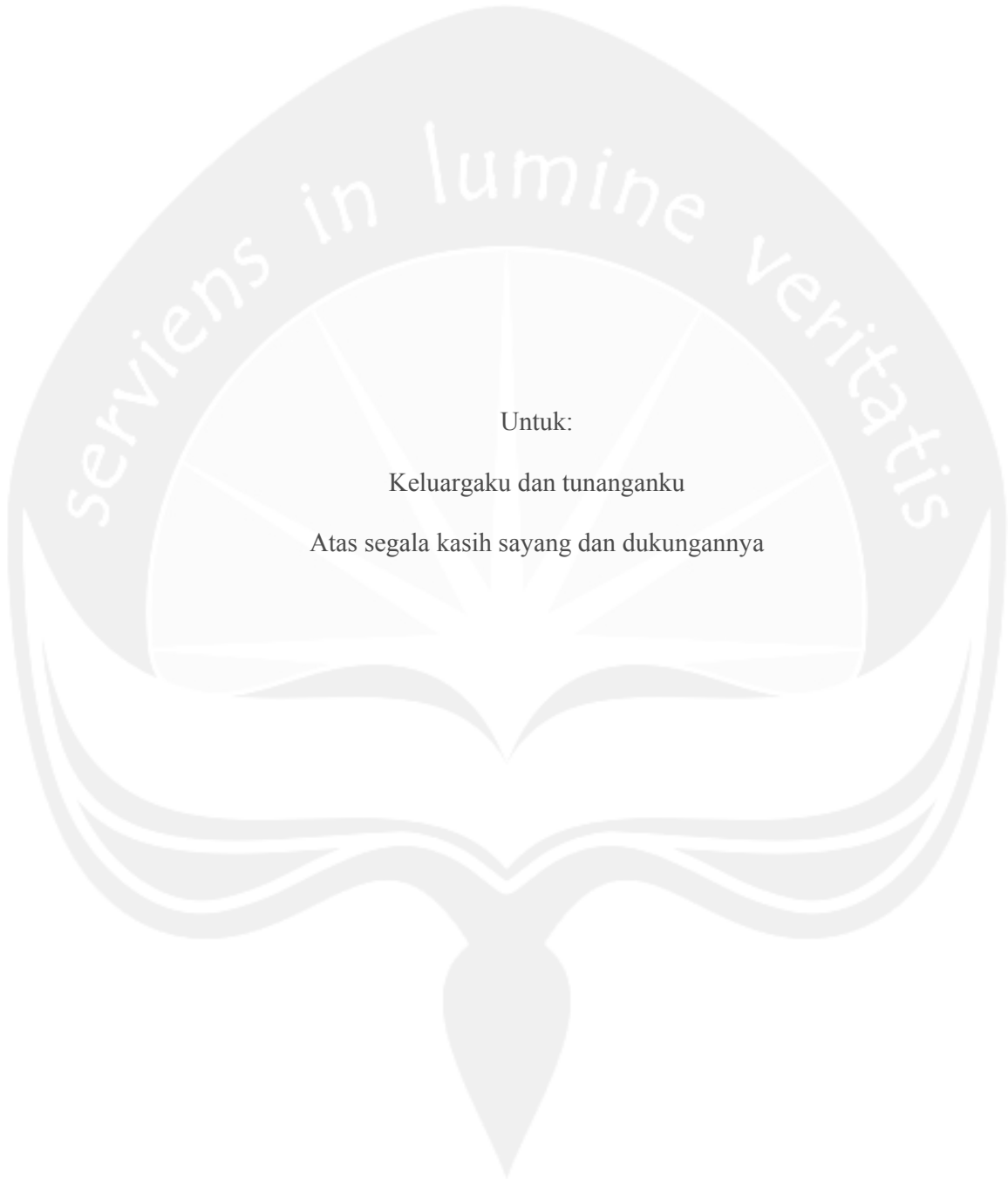
God Incorporated atau biasa disebut God.Inc merupakan perusahaan yang menjual produk. God.Inc juga melakukan aktivitas *promotion mix* yaitu iklan, *personal selling*, dan promosi penjualan, mereka mempunyai *budget* dalam pelaksanaannya. *Budget promotion mix* iklan God.Inc akan diteliti oleh penulis apakah berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dari model penelitian ini dilakukan dengan estimasi regresi *Ordinary Least Square (OLS)* klasik yang diselesaikan dengan dukungan program *SPSS for Windows Release 13.00*. hasil-hasil pengolahan data yang disajikan di sini dianggap merupakan hasil estimasi. Hasil estimasi ini diharapkan mampu menjawab hipotesis yang diajukan dalam studi ini.

Pada akhirnya *Budget promotion mix* (biaya promosi penjualan, biaya *personal selling*, dan biaya iklan) dinilai mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat penjualan God. Incorporated

Kata Kunci : *promotion mix, Budget promotion mix, Tingkat penjualan*

HALAMAN PERSEMBAHAN



Untuk:

Keluargaku dan tunanganku

Atas segala kasih sayang dan dukungannya

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat dan anugerah-Nya yang luar biasa sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan Yudisium Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Atmajaya Yogyakarta. Dalam penyusunan Tugas akhir yang berjudul Pengaruh *Budget Promotion Mix* Terhadap Tingkat Penjualan God Incorporated Di Bandung, Jawa-Barat ini penulis menyadari bahwa tidak akan menyelesaikan dengan lancar tanpa ada bantuan berbagai pihak, yang dengan rela memberikan bantuan serta dorongan semangat kepada penulis. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Ign.Agus Putranto, M.si sebagai dosen pembimbing
2. Seluruh karyawan God Incorporated Bandung
3. Keluarga besar dan tunangan penulis
4. Seluruh staff Universitas Atma Jaya Yogyakarta
5. Untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan penulis sebagai seorang manusia. Dilandasi keyakinan bahwa kritik merupakan upaya pengembangan diri maka penulis mencoba terbuka terhadap kritik dan saran dari semua pihak tugas akhir ini dapat berrguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 17 Februari 2011

Penulis

Yenny Kumala Dhewi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAKSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Konsep.....	6
F. Skema Hubungan antar Variabel	17
G. Hipotesi.....	19
H. Definisi Operasional	19
I. Metode Penelitian	21

BAB II DESKRIPSI OBJEK KKL

A. Sejarah Singkat Perusahaan	28
B. Visi dan Misi	29
C. Deskripsi Perusahaan	29
D. Struktur Organisasi.....	30
E. Jam Kerja	36
F. Fasilitas	37
G. Target Market.....	37
H. Produk	38
I. Pengembangan	38
J. Pemasaran God.Inc	39
K. Strategi Distribusi God.Inc	40

BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Regresi Linear Berganda.....	42
B. Analisis Regresi	44
C. Pembahasan	47

BAB IV PENUTUP

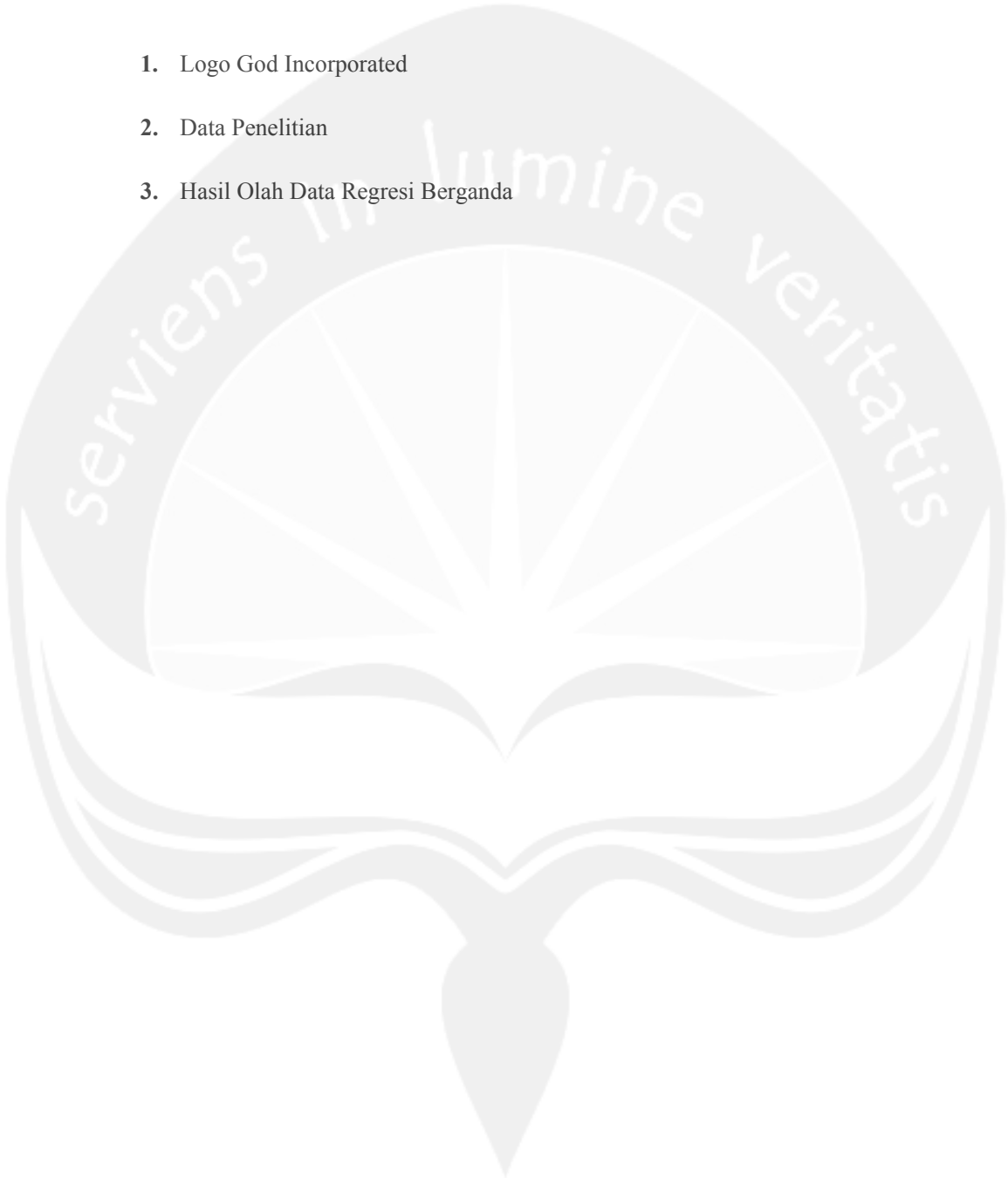
A. Kesimpulan	51
B. Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Logo God Incorporated
2. Data Penelitian
3. Hasil Olah Data Regresi Berganda



DAFTAR TABEL

1. **Tabel 3.1, halaman 41:** Tabel Data *Budget Promotion Mix* God.Inc tahun 2008 - tahun 2009
2. **Tabel 3.2, halaman 43:** Tabel Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS
3. **Tabel 3.3, halaman 44:** Tabel Hasil Olah Data Korelasi Berganda

DAFTAR GAMBAR

1. **Gambar 1, halaman 18:** Skema Hubungan Antarvariabel
2. **Gambar 2, halaman 30:** Logo God.Inc

