

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP  
VOLUME PENJUALAN PERABOTAN RUMAH TANGGA  
DI PT. PRIORITAS GRUP CABANG SUNGAI  
PAKNING KEC. BUKIT-BATU  
KABUPATEN BENGKALIS**

**SKRIPSI**



Oleh:

**RIAN FAHDILLAH**  
**NIM. 11071100130**

**PROGRAM S1**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**


**2016**

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

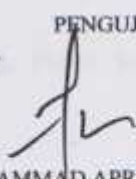
NAMA : RIAN FAHDILLAH  
NIM : 11071100130  
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
JURUSAN : MANAJEMEN  
KOSENTRASI : PEMASARAN  
SEMESTER : XI (SEBELAS)  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PERABOTAN RUMAH TANGGA DI PT. PRIORITAS GRUP CABANG SUNGAI PAKNING KEC. BUKIT- BATU KABUPATEN BENGKALIS

DISETUJUI OLEH  
KETUA



Drs. ALMASRI, M.Si  
NIP. 196708012005011007

PENGUJI I  
  
RIKI HANDRI MALAH, SE,MM  
NIP. 197701242007011020

PENGUJI II  
  
MUHAMMAD APRIL, SH, M, Hum  
NIK. 130712072



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Perabotan Rumah Tangga di PT. Prioritas Grup Cabang Sungai Pakning Kec. Bukit-Batu Kabupaten Bengkalis**

Oleh :

**Rian Fahdillah**

*Penelitian ini dilakukan pada PT. Prioritas Grup yang beralamat di jalan Jend. Sudirman Sungai Pakning. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor iklan, personal selling, public relation dan promosi penjualan terhadap volume penjualan Penjualan Perabotan Rumah Tangga di PT. Prioritas Grup Cabang Sungai Pakning Kec. Bukit-Batu Kabupaten Bengkalis. Hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : “diduga bahwa terdapat pengaruh faktor iklan, personal selling, public relation dan promosi penjualan terhadap volume penjualan Penjualan Perabotan Rumah Tangga di PT. Prioritas Grup Cabang Sungai Pakning Kec. Bukit-Batu Kabupaten Bengkalis.” Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Prioritas Grup dalam 1 tahun terakhir. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik accidental sampling dimana anggota sampel yang diambil tidak direncanakan terlebih dahulu tetapi didapatkan/ dijumpai secara tiba-tiba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Iklan ( $X_1$ ), variabel personal selling ( $X_2$ ), variabel public relation ( $X_3$ ) dan variabel promosi penjualan ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan Penjualan Perabotan Rumah Tangga di PT. Prioritas Grup Cabang Sungai Pakning Kec. Bukit-Batu Kabupaten Bengkalis dan indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap volume penjualan adalah variabel public relation kemudian diikuti variabel promosi penjualan kemudian diikuti variabel iklan dan terakhir diikuti oleh variabel personal selling. Saran penulis adalah agar perusahaan mempertahankan hal-hal yang sudah dinilai baik oleh konsumen dan memperbaiki yang dinilai oleh konsumen masih kurang.*

**Kata kunci : faktor iklan, personal selling, public relation, promosi penjualan, volume penjualan.**



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbal 'alamin. Segala puji bagi Allah yang Maha Esa, Maha Pemberi Rizki dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PERABOTAN RUMAH TANGGA DI PT.PRIORITAS GRUP CABANG SUNGAI PAKNING KEC. BUKIT BATU KABUPATEN BENGKALIS” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, dukungan, serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mahendra Romus S, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Trian zulhadi SE, Me selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan dan sarannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Ibu Rozalinda SE, MM selaku penasehat akademis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau.
4. Bapak H.Muhammad Arvid SE.MM selaku manajer PT.Prioritas Grub cab. Sungai Pakning yang telah berkenan memperbolehkan dan banyak




**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membantu penulis dalam mengadakan penelitian, serta para karyawan PT. Prioritas Grub cab. Sungai Pakning.

5. Kedua orang tua tercinta Bapak Trimaryanto dan Ibu Latifah atas segala kasih sayang, doa, arahan, motivasi dan kesabarannya yang telah banyak berkorban dan membantu penulis dalam segala hal.
6. Paman saya bapak Darmian atas bantuannya selama ini dalam mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi saya.
7. Seluruh sahabat-sahabatku Arland junaidi, novida jayanti, efi safitri, dian budi satyo, Ridho wahyu rinaldi, jefri, ahmad husayni, rofian dan teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial khususnya kelas Manajemen Pemasaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terimakasih atas kerjasamanya.
9. Semua pihak yang membantu penulis dalam penyelesaian laporan ini.  
 Dengan kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pekanbaru, 11 Oktober 2015

Penulis

RIAN FAHDILLAH  
11071100130



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAKSI</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	8
1.4 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran .....	12
2.3 Promosi .....	13
2.4 Bauran Promosi .....	15
2.5 Volume Penjualan .....	27
2.6 Hubungan Antara Bauran Promosi Dengan Volume penjualan .....	27
2.7 Penelitian Terdahulu .....	29
2.8 Hipotesis .....	30
2.9 Variabel Penelitian .....	31
2.10 Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian .....	31
2.11 Kerangka Berfikir .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.4 Populasi dan Sampel .....	35
3.5 Analisa Data .....	37
3.6 Uji Kualitas Data .....	38
3.6.1 Uji validasi .....	38
3.6.2 Uji Realibilitas .....	39
3.6.3 Uji Normalitas Data .....	40
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	40
3.7.1 Uji Multikolonierritas .....	41
3.7.2 Uji Autokorelasi .....	41
3.7.3 Uji Heterokedastisitas .....	42
3.8 Uji Hipotesis .....	43
3.8.1 Uji Secara Persial (uji t) .....	43
3.8.2 Uji Secara Simultan (uji F) .....	44
3.8.3 Uji Koefesian Determinasi ( $R^2$ ) .....	44

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

1. Sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau

© Himpunan Matematika UIN Suska Riau



**BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan ..... 45  
 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan ..... 46

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1 Identitas Responden ..... 48  
 5.1.1 Jenis Kelamin ..... 48  
 5.1.2 Responden Berdasarkan Umur ..... 49  
 5.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..... 49  
 5.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... 50  
 5.2 Deskriptif Variabel ..... 51  
 5.2.1 Iklan ..... 51  
 5.2.2 Personal Selling ..... 53  
 5.2.3 Public Relation ..... 55  
 5.2.4 Promosi Penjualan ..... 56  
 5.2.5 Volume Penjualan ..... 58  
 5.3 Analisa Data ..... 60  
 5.4 Uji kualitas Data ..... 61  
 5.4.1 Uji Validasi ..... 61  
 5.4.2 Uji Realiabilitas ..... 62  
 5.4.3 Uji Normalitas ..... 63  
 5.5 Uji Asumsi Klasik ..... 64  
 5.5.1 Uji Multikoliniritas ..... 64  
 5.5.2 Uji Autokorelasi ..... 64  
 5.5.3 Uji Heteroskedasitas ..... 65  
 5.6 Teknik Analisis Data ..... 66  
 5.7 Uji Hipotesis ..... 67  
 5.7.1 Uji Signifikansi Simultan (uji f) ..... 68  
 5.7.2 Uji Signifikansi Secara Parsial (uji t) ..... 69  
 5.7.3 Uji Koefesian Determinasi ( $R^2$ ) ..... 70

**BAB VI PENUTUP**

6.1 Kesimpulan ..... 72  
 6.2 Saran ..... 73

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.