PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI LANCANG KUNING FUTSAL PEKANBARU

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Guna Memperoleh Gelar Saijana Ekonomi (SE) Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

UIN SUSKA RIAU

Disusun Oleh:

ADY GUNAWAN

11071102083

PROGRAM S1

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU

1435 H/2014 M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA	:	**ADY GUNAWAN**
NIM	:	**11071102083**
FAKULTAS	:	**EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**
JURUSAN	:	**MANAJEMEN S1**
JUDUL	:	**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI LANCANG KUNING FUTSAL PEKANBARU**
HARI/TANGGAL UJIAN	:	**28 MEI 2014**

PANITIA PENGUJI

KETUA	SEKRETARIS
DRS. ALPIZAR, MSI	ERMANSYAH, SE. MM
NIP. 196406251992031004	NIK. 130712070

MENGETAHUI

PENGUJI I	PENGUJI II
DONY MARTIAS, SE. MM.	ASTUTI MEFLINDA, SE. MM
NIP. 197603062007101004	NIP. 197205132007012018

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahi rabbal alamin. Segala puji bagi Allah yang Maha Esa, Maha Pemberi Rizki dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "*PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI LANCANG KUNING FUTSAL PEKANBARU*" yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studiS program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sulatan Syarik Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, dukungan, serta saran dari berbagai pihak. Terutama keluarga besar penulis, khususnya yang penulis cintai, sayangi dan hormati yaitu Ayahanda Giman,Ibunda Katmi yang telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi. Selain 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 dan Ilmu Sosial Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak M Rachmadi, SE, MM selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan dan sarannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak Drs. Alpizar M.Si selaku penasehat akademis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau.
4. Kedua Adek saya tercinta Risa Kusuma Ningrum dan Rahmad Fajar Irnanda atas doa, motivasi dan kkasih sayangnya kepada penulis.

5. Buat sahabat hati saya Subur Riyanti yang selalu memberi dorongan, motivasi dan kasih sayangnya kepada saya dan bersama sama dalam suka dan duka.
6. Sahabat-sahabat di dalam dan di luar kampus Rudi Irawan, sobri, eno, wahyu sukmana, melva Juliardi, udin syaifudin, ratna serta teman – teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan dan pengalaman hebat selama kita kuliah bersama. Semoga suatu saat kita dapat kumpul besrsama lagi.
7. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Seluruh staf Tata Usaha dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses pembuatan skripsi samapai selesai.
9. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terimakasih atas kerjasamanya.

Dengan kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis peroleh asmpai saat ini. Oleh karena itu, penulis mengaharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulsi berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Pekanbaru, 01 Juni 2014

Penulis

ADY GUNAWAN
NIM. 110711020883

DAFTAR ISI

Isi **halaman**

ABSTRAKSI i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL iv

DAFTAR GAMBAR v

I. PENDAHULUAN 1

1.1. latar belakang masalah 1
1.2. Perumusan Masalah 4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penilitian 5
1.4. Sistematika Penulisan 6

II. LANDASAN TEORI 8

2.1. Pengertian Pemasaran 8
2.2. Konsep Pemasaran 9
2.3. Penjualan 12
2.5. Bauran Pemasaran 14
2.5. Prilaku Konsumen 15
2.6. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 16
2.7. Keputusan Pembelian 19
2.8. Teknik Pendekatan Untuk Mempengaruhi Keputusan Konsumen 22
2.9. Promosi 23
2.10. Bauran Promosi 25
2.11. Hubungan Bauran Promosi dengan Volume Penjualan 29
2.12. Pemasaran Menurut Pandangan Islam 31
2.13. Penelitian Terdahulu 32
2.14 Hipotesis 34
2.15 Variabel Penelitian 34
2.16 Kerangka berfikir 34
2.14 DefinisiOperasional Variabel 35

III. METODE PENELITIAN 37

3.1. Lokasi dan waktu penelitian 37

3.2. Jenis dan Sumber data 37
3.3. Teknik pengumpulan data 38
3.4. Populasi dan Sampel 38
3.5. Analisis Data 40
3.6. Uji Kualitas Data 41
3.6.1. Uji Validitas 41
3.6.2. Uji Reliabilitas 41
3.6.3. Uji Normalitas 42
3.7. Uji Asumsi Klasik 42
3.7.1. Uji Multikolonieritas 42
3.7.2. Uji Autokorelasi 43
3.7.3. Uji Heterokedastiitas 44
3.8. Regresi Linier Berganda 44
3.9. Uji Hipotesis 45
3.9.1. Uji Secara Parsial (uji T) 45
3.9.2. Uji Secara Simultan (uji F) 46
3.9.3. Koefisien Determinasi (R^2) 47

IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 48

4.1. Sejarah Lancang Kuning Futsal 48
4.2. Visi dan Misi perusahaan 49
4.3. Filosofi Perusahaan 49
4.4. *Manager* 49
4.5. Personalia 50
4.6. Supervisor 50
4.7. Kepala Bagian Keuangan 50
4.7. kasir 51
4.6. Struktur Organisasi 51

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 52

5.1. Gambaran Umum Responden 52
5.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52
5.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Umur 52
5.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 53
5.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan 54
5.2. Deskripsi Variabel 56
5.2.1. Deskripsi Variabel Suasana 56
5.2.2. Deskripsi Variabel Lokasi 58
5.2.3. Deskripsi Variabel Minat Beli 59
5.3. Jurnal Rekap Dari Semua Variabel X 60
5.4. Uji Kualitas Data 61

5.4.1. Uji Validitas 61
5.4.2. Uji Reabilitas 62
5.4.3. Uji Normalitas Data 63
5.5. Uji Asumsi Klasik 64
5.5.1. Uji Multikolineritas 66
5.5.2. Uji Autokorelasi 67
5.5.3. UJi Heteroskedastistas 68
5.6. Analisis Regresi Linier Berganda 69
5.7. Pengujian Hipotesis 70
5.7.1. Uji T (Uji parsial) 71
5.7.2. Uji F (Uji secara Simultan) 72
5.7.3. Koefisien Determinasi (R_2) 74

VI. KESIMPULAN DAN SARAN 77

6.1. Kesimpulan 77
6.2. Saran 77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN