

TUGAS AKHIR

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Volume* Penjualan

Pada Dealer Motor Honda Merpati Yogyakarta



Oleh

Gifari Rizki Pratama

20143030050

Program Studi D3. Akuntansi

Program Vokasi UMY

Agustus 2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Gifari Rizki Pratama

Nomor Mahasiswa : 20143030050

Institusi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa tugas akhir ini dengan judul: ”**Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Volume* Penjualan Pada Dealer Motor Honda Merpati Yogyakarta**”. Merupakan hasil kerja saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak berisi materi atau pendapat yang dipublikasikan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar atau terdapat karya ilmiah orang lain, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, Agustus 2017

Penulis

INTISARI

Volume Penjualan merupakan suatu hal penting dalam suatu perusahaan. Tingkat penjualan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut berhasil dalam mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, perusahaan dituntut untuk memiliki strategi yang baik dalam usaha menaikkan *volume* penjualan, salah satunya dengan strategi promosi. Dengan melakukan promosi diharapkan dapat meningkatkan *volume* penjualan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap *volume* penjualan pada Dealer Honda Merpati Motor dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan uji hipotesis.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi sederhana dengan variabel *volume* penjualan (Y) dan biaya promosi (X). Selain itu metode analisis regresi sederhana ini diperkuat dengan uji hipotesis yang melihat perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} . Populasi dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan penjualan sepeda motor dan laporan biaya promosi Dealer Merpati Motor Honda selama tahun 2015-2016.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Dealer Merpati Motor Honda menunjukkan hasil yang tidak signifikan, yaitu biaya promosi tidak mempengaruhi *volume* penjualan pada Dealer Merpati Motor Honda.

Kata kunci : Biaya promosi, *volume* penjualan, Dealer Merpati Motor Honda, analisis regresi sederhana.

ABSTRAK

The sales volume is an important thing in a company. The high sales rate means that the company successfully achieves its goals. To achieve the goals, the company is required to have good strategy in order to increase the sales volume and one of it is promotion strategy. By conducting the promotion, hopefully it can increase the sales volume. This research aims to know the influence of promoting cost towards the sales volume on Honda Merpati Motor Dealer by using simple regression analysis and hypothesis test.

The analysis method used in this research is simple regression analysis and the variables are sales volume (Y) and promoting cost (X). Yet, this method is also strengthened by hypothesis test which considering the comparison of t_{count} and t_{tabel} . The population and data used in this research is a sales report of the motorcycles and promoting cost report in Merpati Motor Honda Dealer during the period 2015-2016.

Based on the result conducted in Merpati Motor Honda Dealer showed that the result is not significant, it means the promoting cost does not influence the sales volume in Merpati Motor Honda Dealer.

Keywords : Promoting cost, sales volume, Merpati Motor Honda Dealer, simple regression analysis.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan barokah, rahmat dan kemudahan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan studi D3 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).

Penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Bambang Jatmiko, S.E., M.Si. selaku Direktur Utama Program Vokasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Barbara Gunawan, S.E., M.Si., Akt., C.A., selaku Ketua Program Studi D3. Akuntansi.
3. Ibu Desi Susilawati, S.E., M.Sc., CTA., selaku Sekretaris Progam Studi D3. Akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Andreani Hanjani, S.E.,M. Sc. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan bijaksana telah memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyusunan Tugas Akhir.
5. Bapak R. Sunar Handoko, selaku Direktur Merpati Motor yang telah membantu penulis untuk melakukan kegiatan praktik kerja lapangan di Merpati Motor Yogyakarta.

6. Rekan-rekan karyawan Merpati Motor yang telah memberikan pengalaman, dukungan, doa, dan partisipasinya selama penulis melakukan kegiatan praktik kerja lapangan.
7. Ayah dan Ibu atas jasa-jasanya, kesabaran, doa, dan dukungan dalam segala bentuk baik secara moril maupun materiil demi kelancaran Tugas Akhir ini.
8. Saudara-saudara dan keluarga semuanya yang telah banyak memberikan dorongan semangat, kasih sayang, bantuan baik secara moril maupun materiil demi kelancaran dalam penulisan Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan dan motivasi dalam proses penyelesaian Tugas akhir.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan. Penulis juga menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif guna perbaikan lebih lanjut Tugas Akhir selanjutnya.

Yogyakarta, 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
INTISARI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Penelitian	21
D. Identifikasi Masalah	22
E. Teori Pendukung	23
F. Metode Yang Digunakan	24
G. Pertanyaan Penelitian	24
H. Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Teknik Pengumpulan Data	26
B. Alat Uji Penelitian	27
C. Definisi Operasional Variabel	27
D. Subjek dan Objek Penelitian	28
E. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Hasil Penelitian	29
B. Analisis dan Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	39

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 4.1 <i>Volume</i> Penjualan	44
Grafik 4.2 Biaya Promosi.....	50

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Daftar Harga Sepeda Motor	42
Tabel 4.2 <i>Volume</i> Penjualan.....	43
Tabel 4.3 Biaya Promosi Periklanan	47
Tabel 4.4 Biaya Promosi Promosi Penjualan	48
Tabel 4.5 Biaya Promosi <i>Personal Selling</i>	48
Tabel 4.6 Biaya Promosi Publisitas	49
Tabel 4.7 Biaya Promosi	49
Tabel 4.8 <i>Variables Entered</i>	51
Tabel 4.9 <i>Descriptive Statistics</i>	51
Tabel 4.10 Correlations	52
Tabel 4.11 <i>Model Summary</i> ^b	53
Tabel 4.12 Anova ^b	54
Tabel 4.13 <i>Coefficients</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Laporan Penjualan dan Biaya Promosi.....	A-1
Lampiran 1 Laporan Penjualan	B-2
Lampiran 1 Biaya Promosi	C-3
Lampiran 1 Tabulasi Data.....	D-4