

**PENGARUH PROMOSI DAN DISKON PADA KONSUMEN
ONLINE SHOP TERHADAP VOLUME PENJUALAN
DI PT. POS INDONESIA (PERSERO)
KANTOR POS PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Netty Suwandayani
N I M : 10.41.2546
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Promosi dan Diskon Pada Konsumen *Online Shop* terhadap Volume Penjualan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Ponorogo
Nama : Netty Suwandayani
N I M : 10.41.2546
Program Studi : Manajemen

Isi format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Setyo Adjie, SE., MM
NIK. 19520510 198601 11

Dra. Umi Farida, MM
NIK. 19610110 199112 13

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Titi Rapini, SE., MM
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji

Ketua

Sekretaris

Anggota

Drs. H. Setyo Adjie, SE., MM
NIK. 19520510 198601 11

Drs. Ec. Purwanto, MM
NIK. 19531024 199309 14

Sukmono H. Hutojo, SE., MM
NIK. 19510830 199903 14

RINGKASAN

PENGARUH PROMOSI DAN DISKON PADA KONSUMEN ONLINE SHOP TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI PT. POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR POS PONOROGO

NETTY SUWANDAYANI

N I M : 10412546

Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi promosi dan diskon adalah PT Pos Indonesia (Persero). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi (*personal selling, sales promotion, iklan*) dan diskon yang diberikan kepada pengusaha *online shop* terhadap volume penjualan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Ponorogo dan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap volume penjualan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Ponorogo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yang bersifat korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha *online shop* pengguna jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Ponorogo pada tahun 2014 yang berjumlah 168 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *insidental sampling*, diperoleh sampel penelitian sebanyak 50 orang. Instrumen pengumpulan data adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis (uji t dan uji F), dan uji *standardized coefficients*.

Berdasarkan hasil analisis data dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Hasil uji t statistik (uji parsial) diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = 2,105$ lebih besar dari $t_{tabel} (1,684)$ dan $p_{value} (0,048)$ lebih kecil dari $\alpha (0,05)$, hipotesis diterima. Artinya, promosi (*personal selling, sales promotion, iklan*) secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Ponorogo, (2) Hasil uji t statistik (uji parsial) diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = 2,181$ lebih besar dari $t_{tabel} (1,684)$ dan $p_{value} (0,041)$ lebih kecil dari $\alpha (0,05)$, hipotesis diterima. Artinya, diskon yang diberikan kepada pengusaha *online shop* secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Ponorogo, (3) Hasil uji F statistik (uji simultan) diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 11,874$ lebih besar dari $F_{tabel} (3,20)$ dan $p_{value} (0,000)$ lebih kecil dari $\alpha (0,05)$, hipotesis diterima. Artinya, promosi (*personal selling, sales promotion, iklan*) dan diskon yang diberikan kepada pengusaha *online shop* berpengaruh terhadap volume penjualan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Ponorogo, (4) Berdasarkan nilai *standardized coefficients*, diketahui bahwa nilai beta variabel promosi (0,403) lebih kecil dari nilai beta variabel diskon (0,417). Dengan demikian, variabel diskon berpengaruh dominan terhadap volume penjualan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Ponorogo dibandingkan variabel promosi.

Kata kunci: promosi, diskon, volume penjualan

KATA PENGANTAR



Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul: PENGARUH PROMOSI DAN DISKON PADA KONSUMEN *ONLINE SHOP* TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI PT. POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR POS PONOROGO.

Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi, khususnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Sulton, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Hadi Sumarsono, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Drs. H. Setyo Adjie, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga serta senantiasa membimbing penulis dengan sabar dan teliti sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

3. Ibu Dra. Umi Farida, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah banyak meluangkan waktu dan tenaga serta senantiasa membimbing penulis dengan dengan berbagai masukan yang sangat berguna.
4. Bapak/Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah banyak memberikan pengajaran dan bimbingan selama perkuliahan ini.
5. Bapak Taufik Dadi Marala, M.M., selaku Kepala Kantor Pos Ponorogo yang telah memberi ijin penelitian.
6. Responden penelitian yang dengan kerelaan hati telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang diajukan dalam penelitian ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberi motivasi dan kerjasama selama kuliah sampai penyusunan skripsi ini terselesaikan.
8. Kedua orang dan keluargaku, yang selalu memberikan doa dan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan sampai terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik dan saran yang membangun selalu penulis harapkan. Selanjutnya, penulis berharap penelitian ini mampu memberikan manfaat kepada semua pihak.

Ponorogo, Februari 2015

Penulis,

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 27 Februari 2015

Materai
6000

(Netty Suwandayani)
NIM. 10412546

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	8
A. Landasan Teori	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
2. Promosi	11
3. Diskon	23
4. Volume Penjualan	28
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis	35
BAB III. METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Definisi Operasional Variabel	38
1. Variabel Independen	38
2. Variabel Dependen.....	39
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel dan Teknik Sampling	40
D. Jenis dan Sumber Data.....	40
E. Instrumen Penelitian	42
F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Teknik Analisis Data	46
1. Uji Asumsi Klasik.....	47
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	50

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4. Uji Statistik	51
5. Menentukan Variabel Dominan	53
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Data Penelitian	54
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
2. Deskripsi Responden.....	66
3. Analisis Validitas dan Reliabilitas	70
4. Analisis Hasil Penelitian	73
B. Pembahasan	89
1. Pengaruh Promosi terhadap Volume Penjualan.....	89
2. Pengaruh Diskon terhadap Volume Penjualan.....	91
3. Pengaruh Promosi dan Diskon terhadap Volume Penjualan .	93
4. Variabel yang Berpengaruh Dominan terhadap Volume Penjualan.....	94
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia	67
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	68
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	69
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Pengukuran Variabel Promosi (X_1)	71
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Pengukuran Variabel Diskon (X_2)	72
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.8. Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i>	74
Tabel 4.9. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Korelasi <i>Spearman's Rho</i>	77
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas dengan <i>One Sample</i>	79
Tabel 4.11. Nilai <i>Durbin Watson</i> untuk Uji Autokorelasi	80
Tabel 4.12. Hasil Analisis Regresi	81
Tabel 4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	84
Tabel 4.14. Hasil Uji Simultan (Uji F)	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Skema Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Ponorogo	58
Gambar 4.2. <i>Scatterplot</i> untuk Uji Heteroskedastisitas	75
Gambar 4.3. <i>Scatterplot</i> untuk Uji Normalitas	78
Gambar 4.4. Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Variabel Promosi (X_1)...	86
Gambar 4.5. Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Variabel Diskon (X_2)	86
Gambar 4.6. Kurva Uji F	88

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	101
Lampiran 2. Rekapitulasi Data Kuesioner	106
Lampiran 3. Data Penjualan Jasa <i>Online Shop</i> PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Ponorogo	108
Lampiran 4. <i>Output SPSS</i> Uji Distribusi Frekuensi	109
Lampiran 5. <i>Output Spss</i> Uji Validitas dan Reliabilitas Item Kuesioner	111
Lampiran 6. <i>Output Spss</i> Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Normalitas, dan Autokorelasi)	114
Lampiran 7. <i>Output Spss</i> Uji R^2 (Analisis Koefisien Determinasi) dan Uji Regresi	117
Lampiran 8. Nilai Tabel Statistik	118