

## ABSTRAK

**Frisellia Rivai.** 2013. Pengaruh Advertising Terhadap Peningkatan Penjualan Rokok pada PT. HM. Sampoerna Tbk. Agen Gorontalo. Program Studi S1 Manajemen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I Bapak Irwan Yantu, S.Pd, M.Si, dan Pembimbing II Bapak Drs. Rusli Isa, M.Si.

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Advertising Terhadap Peningkatan Penjualan Rokok pada PT. HM. Sampoerna Tbk. Agen Gorontalo. Permasalahan pada penelitian ini adalah Iklan belum optimal dilaksanakan, khususnya pada tingkatan masyarakat yang ada di lingkungan pesisir dan pedesaan, dan sejauh ini yang dilakukan adalah hanya pada event-event tertentu. Iklan yang dilakukan oleh PT. HM. Sampoerna, Tbk. Agen Gorontalo relatif sedikit dari pada iklan rokok lainnya hal ini terbukti kurangnya promosi melalui media baik radio maupun papan reklame. Persaingan baik dari segi desain maupun harga dengan produk lain cukup tinggi. Adapun tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Advertising terhadap peningkatan penjualan rokok pada PT HM Sampoerna Tbk. Agen Gorontalo. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui angket, observasi wawancara, dan dokumentasi.

Hipotesis penelitian yang berbunyi ” *Terdapat pengaruh yang signifikan antara Advertising terhadap Peningkatan Penjualan di PT HM Sampoerna, Tbk Agen Gorontalo*” dapat diterima dan dapat diuji kebenarannya.

PT HM Sampoerna Tbk. Agen Gorontalo sejauh ini telah melakukan upaya-upaya sosialisasi diri agar masyarakat mau atau merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan semat-mata untuk meningkatkan penjualan. Persaingan antara industry rokok sejauh ini terus mengalami pertumbuhan yang baik, sehingga iklan atau promosi melalui media-media tertentu dapat dilakukan. Dari hasil penelitian terhadap advertising dengan peningkatan penjualan menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi pada meningkatnya penjualan dapat dipengaruhi oleh periklanan. Besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh advertising sebesar 96.27 %. Tingkat koefisien ini menunjukkan bahwa advertising memiliki pengaruh yang kuat terhadap peningkatan penjualan Rokok Sampoerna.

Adapun saran dalam penelitian ini adalah Untuk mempertahankan volume penjualan sebaiknya pihak PT HM Sampoerna Tbk Agen Gorontalo lebih memperhatikan faktor tersebut, jenis produk dan keputusan pembeli.

Sebaiknya pihak manajemen lebih meningkatkan penjualannya dengan cara mempermudah dan memperbanyak periklanan di media-media.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum advertising berada pada tingkat atau level sangat baik dalam meningkatkan penjualan, untuk itu agar di masa mendatang lebih ditingkatkan.

**Kata Kunci :** Advertising, Peningkatan Penjualan

## ABSTRACT

**Frisellia Rivai.** 2013. The Influence of Advertisement towards the Raising of Cigarette Selling in PT. HM. Sampoerna Tbk of Gorontalo. Study Program S1 Management of Management Department. Faculty of Economy and Business, State University of Gorontalo. Supervisor: Irwan Yantu, S.Pd, M.Si; Co-Supervisor: Drs. Rusli Isa, M.Si.

This research is to discuss the influence of advertising towards the raising of cigarette selling in PT. HM. Sampoerna Tbk of Gorontalo. The problem of this research is advertising that not optimized, particularly to society level in seashore and village. This advertising is done only in particular events. The advertising of PT. HM. Sampoerna, Tbk of Gorontalo is less than the others cigarette product. It is proven by the lack of promotion whether through radio or advertisement board. In addition, the competition among other cigarette product is high whether in the design or the price. The objective of this research is to find out how the influence of advertising towards the raising of cigarette selling in PT. HM. Sampoerna Tbk of Gorontalo. Method in this research is quantitative method using questionnaire, interview observation and documentation in collecting the data.

The hypotheses in this research that is “*there is a significant influence of advertising towards the raising of cigarette selling in PT. HM. Sampoerna Tbk of Gorontalo*” is proven and acceptable.

PT. HM. Sampoerna Tbk so far has done many promotions so the society want to buy or attract with the product. This action is taken to raise the selling. It is because of the competition between the industry in promotion through the media. Based on the research result, it showed that 96,27% of the advertising influence the selling raising of the product. This showed that there is a significant influence toward the selling of the product. By this research result, it is found out that in general, the advertising is one of factors in raising the selling, so in future it should be increased.

The suggestion of research is PT. HM. Sampoerna Tbk of Gorontalo should pay attention to factors such as promotion/advertising, product type and buyer decision. In addition, the management of PT. HM. Sampoerna Tbk of Gorontalo should facilitate and increase the promotions through media.

*Key words: Advertising, Selling Raising*