



ABSTRAK

Kegiatan promosi merupakan hal yang sangat penting bagi kemajuan perusahaan. Melalui promosi, masyarakat atau konsumen dapat mengenal produk suatu perusahaan dan akhirnya mau membeli dan memakainya. Ada beberapa cara promosi yang bisa digunakan oleh perusahaan dan pemilihan cara tersebut harus disesuaikan dengan jenis produk yang dipromosikan dan konsumen yang akan memakainya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan pengaruh efektivitas cara promosi yang berbeda pada berbagai produk jenis tegel di Perusahaan Tegel "Mutiara" Yogyakarta dalam usahanya meningkatkan volume penjualannya.

Jenis penelitian adalah studi kasus di Perusahaan Tegel "Mutiara" Yogyakarta tahun 1982-1991. Oleh karena itu kesimpulan yang diperoleh hanya berlaku bagi Perusahaan Tegel "Mutiara" Yogyakarta sebagai obyek penelitian. Ada 2 macam variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen biaya promosi dan variabel dependen volume penjualan. Data-datanya meliputi jenis produk, biaya promosi dan volume penjualan. Data-data tersebut dikumpulkan dengan teknik wawancara dan observasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan uji F dan Uji t.

Dari hasil analisis diketahui bahwa masing-masing