

ABSTRAK

PENGARUH PAMERAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN

Studi Kasus Pada PT. Cyberindo Aditama Jakarta

FX. Haryoyudanto Bala

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2005

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : Apakah ada pengaruh biaya pameran terhadap peningkatan volume penjualan dan apakah ada perbedaan peningkatan volume penjualan setelah diadakan pameran dibandingkan sebelum pameran.

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus, pada PT. Cyberindo Aditama Jakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah : wawancara dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan adalah : Regresi Linier Sederhana dan *Paired Sample T-Test*. Regresi Linier Sederhana digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh biaya pameran terhadap volume penjualan. Sedangkan *Paired Sample T-Test* digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan dalam volume penjualan sebelum dan sesudah mengikuti pameran.

Berdasarkan hasil analisis Regresi Linier Sederhana diperoleh persamaan regresinya $Y = 12196,937 + 9,835 X$. Dari uji t diperoleh nilai t hitung sebesar $102,947 \geq t$ tabel sebesar 4,303. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara biaya pameran terhadap peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan hasil analisis *Paired Sample T-test* diketahui bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam volume penjualan sebelum dan sesudah mengikuti pameran yang dapat dilihat dari t hitung $-2,765 \leq t$ tabel -2,160.

ABSTRACT

The Influence of Product Exhibition on Sales Volume

A Case Study at PT. Cyberindo Aditama Jakarta

FX. Haryoyudanto Bala

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2005

The purpose of this study is to determine whether exhibition costs have an affect on the increase of sales volume and whether there is a difference on sales before and after the exhibition.

This is a case study at PT. Cyberindo Aditama Jakarta. The methods used to collect data are interview and documentation. The data analysis techniques used are *Simple Linear Regression* and *Paired Sample T-Test*. The *Simple Linear Regression* is used to determine whether exhibition costs have an affect on the increase of sales volume, while *Paired Sample T-Test* is used to determine whether there is a significant difference before and after the exhibition.

Based on the *Simple Linear Regression* analysis, it is found a regression formula of $Y = 12196,937 + 9,835 X$. T-test produces t count of $102,947 \geq$ t-table of 4,303. This shows that exhibition costs have a positive and significant effect to the increase of sales volume.

The *Paired Sample T-test* also shows that there is a significant increase of sales volume after the exhibition which is shown by : t-count $-2,765 \leq$ t-table -2,160.