

## **ABSTRAK**

**PENGARUH BIAYA PROMOSI PENJUALAN DAN BIAYA  
PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
Studi Kasus : Perusahaan Indian Estetika  
Nogosaren GP IV 215, Nogotirto, Gamping, Sleman, Yogyakarta**

**Thomas Villanova. M  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2006**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah biaya promosi penjualan dan biaya periklanan yang dilakukan perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan. Penelitian dilakukan dengan cara pengolahan data per triwulan selama lima tahun.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dengan pemilik dan karyawan, serta dengan melakukan penelitian atas arsip perusahaan. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel dependen digunakan uji signifikansi koefisien regresi linier berganda menggunakan F-test.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel biaya promosi penjualan dan biaya periklanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION COST AND ADVERTISING COST TO SALES VOLUME A Case Study at Indian Estetika Company Nogosaren Gp IV 215, Nogotirto, Gamping, Sleman, Yogyakarta**

**Thomas Villanova. M.  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2006**

The objective of this research is to find out the influence of sales promotion and advertising cost independently and simultaneously on sales volume. This research is conducted by analyzing quarterly data of the company's five year performance.

The data collection techniques are interview with the owner and the employees and archival research using the company database. Data are analyzed using multiple regression analysis method, and to examine whether independent variables influence dependent variable significantly, an F-test is conducted.

Results show that sales promotion and advertising cost, independently and simultaneously, influence sales volume.