

## **ABSTRAK**

### **Analisis Pengaruh Kegiatan *Promotional Mix* Terhadap Volume Penjualan Studi Kasus Pada PJ. Sapta Sari Yogyakarta**

**Sukamdi  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2001**

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kegiatan *promotional mix* dengan volume penjualan; (2) untuk mengetahui apakah ada hubungan antara periklanan dengan volume penjualan; (3) untuk mengetahui apakah ada hubungan antara publisitas dengan volume penjualan; dan (4) untuk mengetahui apakah ada hubungan antara promosi penjualan dengan volume penjualan.

Penelitian studi kasus ini dilaksanakan di Perusahaan Jamu Tradisional Sapta Sari, Yogyakarta pada bulan Februari – Maret 2001.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah (1) studi dokumentasi dan (2) teknik wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah (1) teknik korelasi ganda dan teknik korelasi parsial dan (2) teknik regresi linier ganda.

Berdasarkan analisis data diperoleh hasil sebagai berikut: (1) ada hubungan yang tinggi sekali, positif dan signifikan antara volume penjualan dan kegiatan *promotional mix*; (2) ada hubungan yang tinggi sekali, positif dan signifikan antara volume penjualan dengan kegiatan publisitas.

## **ABSTRACT**

### **Analysis of the Influence of Promotional Mix Activities on Sale Volume A Case Study at PJ. Sapta Sari Yogyakarta**

**Sukamdi  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2001**

The aims of this research are: 1) to know whether there is a relation between promotional mix activities and sale volume, 2) to know whether there is a relation between advertisement and sale volume, 3) to know whether there is a relation between publicity and sale volume, and 4) to know whether there is a relation between sale promotion and sale volume.

This research was a case study conducted at Sapta Sari Traditional Herbal Medicine Shop in Yogyakarta in February – March 2001.

Data collecting techniques used were documentary study and interview. Data analyzing techniques used were multiple correlation technique, partial correlation technique and multiple linear regression technique.

The findings are: 1) there is a very close, positive, and significant correlation between sale volume and promotional mix activities as a whole, 2) there is a very close, positive and significant correlation between sale volume and publicity activities.