

ABSTRAK

ANALISIS HUBUNGAN BIAYA PROMOSI DENGAN PENJUALAN Studi kasus pada Perusahaan Industri Genteng Super "PWS"

Singgih Susilantara
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
2001

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dengan penjualan pada Perusahaan Industri Genteng Super "PWS" selama tahun 1995 – 1999. Dalam penelitian ini akan dilihat pengaruh tiap – tiap biaya promosi dengan pengaruh biaya promosi secara keseluruhan.

Jenis Penelitian ini adalah Studi Kasus . Data dikumpulkan dengan teknik (1). Observasi (2). Dokumentasi (3). Wawancara .Teknik analisis data yang digunakan adalah: (1). Analisis korelasi Ganda R (2). Analisis korelasi Parsial (3). Analisis Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian teoritik yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Analisis korelasi Ganda R, terdapat korelasi yang sangat kuat, positif dan memenuhi uji signifikansi, sehingga hipotesis pertama dapat diterima , (2a). Analisis korelasi parsial antara biaya periklanan dengan penjualan terdapat korelasi yang sangat kuat dan memenuhi uji signifikansi, (2b). Analisis korelasi parsial antara biaya *personal selling* dengan penjualan terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif , namun tidak memenuhi uji signifikansi, (2c). Analisis korelasi parsial antara biaya promosi penjualan dengan penjualan terdapat korelasi yang positif dan sangat kuat, namun tidak memenuhi uji signifikansi, (3). Analisis Regresi Linier Ganda, diperoleh hasil bahwa biaya promosi yang paling efektif bagi perusahaan Industri Genteng Super "PWS" adalah biaya periklanan.

ABSTRACT

SALES AND PROMOTIONAL COST CORRELATION ANALYSIS

A case study at PWS Genteng Super Company

Singgih susilantara
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2001

The research was conducted to find out the influence of promotional cost towards sales of PWS Genteng Super Company from 1995-1999. The research showed the influence of each promotional cost to the promotional cost as a whole.

The research method was a case study. The techniques of data collection were: (1) observation, (2) documentation, (3) interview. The techniques of data analysis were (1) Multiple R Correlation Analysis, (2) Partial Correlation Analysis, (3) Multiple Linier Regression Analysis.

The results showed that : (1) Multiple R Correlation Analysis was significantly correlated so that the first hipotesis was accepted, (2a) Partial correlational analysis between advertising cost toward sales was also strongly significant, (2b) Partial correlation analysis between personal selling toward sales was positively and strongly ccorrelated but was not significant, (2c) Partial correlation analysis between sales promotional cost towards sales was positively and strongly correlated but was not significant. (3) The most effective promotional cost from PWS Genteng Super Company was the advertising cost.