

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN Studi Kasus pada perusahaan Bakpia Pathok "ANDA" Yogyakarta.

INDAH SULISTYO RINI
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2000

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap volume penjualan secara terinci: 1) pengaruh *personal selling* terhadap volume penjualan; 2) promosi penjualan terhadap volume penjualan; 3) pengaruh promosi terhadap volume penjualan secara keseluruhan; 4) kegiatan promosi yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan. Dengan melakukan promosi perusahaan bertujuan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen dalam masyarakat, dengan begitu diharapkan penjualan akan meningkat dan laba yang diterima juga semakin meningkat.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah; 1) analisis korelasi parsial; 2) analisis korelasi berganda dan; 3) analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian teoritik yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Dari hasil analisis korelasi parsial, korelasi antara biaya *personal selling* dengan volume penjualan diperoleh nilai $r = 0,9798$, ini berarti terdapat korelasi yang sangat kuat dan positif antara biaya *personal selling* dengan volume penjualan. Apabila diuji dengan uji sigifikansi t hasilnya signifikan.
- 2) Dari hasil analisis korelasi parsial, korelasi antara biaya promosi penjualan dengan volume penjualan diperoleh nilai $r = 0,9618$, ini berarti terdapat korelasi yang sangat kuat dan positif antara biaya promosi penjualan dengan volume penjualan. Apabila diuji dengan uji sigifikansi t hasilnya signifikan.
- 3) Dari hasil analisis korelasi berganda diperoleh nilai $R = 0,985$, ini berarti terdapat korelasi yang sangat kuat dan positif antar biaya promosi dengan volume penjualan secara keseluruhan. Sedangkan apabila diuji dengan menggunakan uji sigifikansi F hasilnya signifikan.
- 4) Dari analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa kegiatan promosi yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan adalah kegiatan *personal selling*.
- 5) Dari rumus sumbangan efektif masing-masing kegiatan promosi diperoleh hasil bahwa *personal selling* memberikan sumbangan yang paling efektif kepada perusahaan bakpia pathok "ANDA" Yogyakarta.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTION TOWARD THE SALES VOLUME Case Study at Bakpia Pathok Company "ANDA" Yogyakarta

**INDAH SULISTYO RINI
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2000**

This research studies the influence of promotion on the sales volume, especially: 1) the influence of personal selling toward the sales volume; 2) The influence of sales promotion toward the sales volume; 3) The influence of promotion toward the sales volume as a whole; and 4) Identify which promotion activity mostly influenced the sales volume.

This research is a case study. The data were gathered using interview and documentation. The data analysis techniques used are; 1) partial correlation analysis; 2) Multiple correlation analysis; and 3) multiple linear regression analysis.

Based on the result and the statistical test done, then, the results are:

- 1) Partial correlation between personal selling cost and sales volume was $r = 0,9798$. This means that there was a strong and positive correlation between the personal selling cost and the sales volume. Tested using the t significance test, the result is significant.
- 2) Partial correlation analysis found a correlation between the sales promotion cost with the sales volume, i.e. $r = 0,9618$. This means that there was a strong and positive correlation. Tested using the t significance test, the result was significant.
- 3) Multiple correlation analysis obtained a $r = 0,985$. This means that there was a strong and positive correlation between promotion cost and sales volume as a whole. Tested using the F significance test, the result was significant.
- 4) Multiple linear regression showed that the most influential activity toward the sales volume was the personal selling.
- 5) Of all promotional activities, personal selling gave the most effective contribution to "ANDA" company.