

## ABSTRAK

### PERANAN *MARKETING MIX* UNTUK PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN

Studi Kasus pada PT Handuk LUMINTU, Polanharjo Klaten

Kristina Ira Meta  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2005

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah peranan *marketing mix* yang meliputi: harga, promosi, dan saluran distribusi untuk volume penjualan pada PT Handuk Lumintu Polanharjo Klaten dari tahun 1996 sampai dengan tahun 2003.

Penelitian dilakukan di PT Handuk Lumintu Polanharjo Klaten, Jl. Umbul Nilo Ngendo, Janti, Polanharjo, Klaten. Data yang diperoleh adalah data mengenai volume penjualan, harga, promosi dan saluran distribusi tahun 1996 sampai dengan tahun 2003. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, dokumentasi, dan observasi pada PT Handuk Lumintu Polanharjo.

Analisis data yang dipakai untuk mengetahui bagaimanakah peranan *marketing mix* (harga, promosi, saluran distribusi) untuk volume penjualan dilakukan dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda.

Dari hasil analisis data dapat diketahui bahwa :

1.  $T_{hitung}$  masing-masing koefisien regresi  $X_1 < t_{tabel} (t_{0,025 ; 4}) = 2,776$  yang artinya bahwa untuk  $X_1$  atau harga tidak mempunyai peranan atau pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.
2.  $T_{hitung}$  masing-masing koefisien regresi  $X_2 < t_{tabel} (t_{0,025 ; 4}) = 2,776$  yang artinya bahwa untuk  $X_2$  atau promosi tidak mempunyai peranan atau pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.
3.  $T_{hitung}$  masing-masing koefisien regresi  $X_3 > t_{tabel} (t_{0,025 ; 4}) = 2,776$  yang artinya bahwa untuk  $X_3$  atau saluran distribusi mempunyai peranan atau pengaruh yang signifikan untuk volume penjualan.

## ABSTRACT

### THE ROLE OF MARKETING MIX IN THE INCREASE OF SALE VOLUME A case Study at PT. Handuk Lumintu, Polanharjo, Klaten

**Kristina Ira Meta**  
**Sanata Dharma University**  
**Yogyakarta**  
**2005**

This research was aimed to know how the role of marketing mix that included: price, promotion, and distribution channel toward the sale volume of PT. Handuk Lumintu, Polanharjo, Klaten from 1996 to 2003.

Research was done at PT. Handuk Lumintu Polanharjo Klaten located on Jl. Umbul Nilo Ngendo, Janti, Polanharjo, Klaten. The data gathering involved data of sale volume, price, promotion, and distribution channels from period of 1996 to 2003. The data were gathered using techniques of interview, documentation and observation to PT. Handuk Lumintu Polanharjo.

To know the role of marketing mix (price, promotion, and distribution channel) toward the volume of sale the data were analyzed by using Analysis of Multiple Linear Regression.

The analysis results indicated as follows:

1.  $T_{\text{count}}$  of each regression coefficient  $X_1 < t_{\text{table}} (t_{0,025; 4}) = 2.776$ ; it means that  $X_1$  or price has no significant influence on the volume of sale.
2.  $T_{\text{count}}$  of each regression coefficient  $X_2 < t_{\text{table}} (t_{0,025; 4}) = 2.776$ ; it means that  $X_2$  or promotion has no significant influence on the volume of sale.
3.  $T_{\text{count}}$  of each regression coefficient  $X_3 > t_{\text{table}} (t_{0,025; 4}) = 2.776$ ; it means that  $X_3$  or distribution channel has significant influence on the volume of sales