

ABSTRAK

ANALISIS HUBUNGAN PENGGUNAAN RADIO (*LIVE*) SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERUSAHAAN DENGAN TINGKAT VOLUME PENJUALAN STUDI KASUS PADA PT. MIROTA KAMPUS C.SIMANJUNTAK YOGYAKARTA

**COSSA YULIANA GUNAWAN
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2002**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penggunaan radio (*live*) ini ada hubungannya dengan tingkat volume penjualan perusahaan pada PT. Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta periode tanggal 2 Juni sampai dengan 30 Juni 2000.

Data yang dikumpulkan menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data yang dilakukan untuk menjawab permasalahan dan menguji hipotesis adalah menggunakan Analisis korelasi dan Uji test hipotesa dua arah.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah hubungan antara penggunaan radio (*live*) dengan tingkat volume penjualan adalah lemah. Ini terlihat dari nilai koefisien (r)nya yaitu sebesar 0,19.

Selanjutnya dalam pengujian signifikansi koefisien dengan menggunakan distribusi nilai t hasilnya $-3,182 \leq 0,34 \leq 3,182$. Hal ini menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara penggunaan radio (*live*) dengan tingkat volume penjualan adalah tidak signifikan. Hal inipun dibuktikan dengan perolehan hasil laba pada bulan Juni sebelum penyiaran radio lebih besar yaitu 9,8% daripada bulan selama penyiaran radio yang hanya sebesar 0,012%. Konsumen lebih senang melakukan pembelian secara langsung dengan datang ke Mirota Kampus dimana konsumen dapat produk yang diinginkan secara langsung.

ABSTRACT

A CORRELATION ANALYSIS ON THE USE OF RADIO (LIVE) AS A COMPANY'S PROMOTING MEDIA WITH SELLING VOLUME LEVEL A CASE STUDY AT PT. MIROTA KAMPUS C. SIMANJUNTAK YOGYAKARTA

COSSA YULIANA GUNAWAN
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2002

This research aimed at knowing whether the use of radio (live) had a correlation to the company's selling volume level of PT. Mirota Kampus C. Simanjuntak Yogyakarta during the period of June 2 to June 30, 2002.

The data collected used interview, documentation, and observation techniques. The data analysis technique for solving the problems and testing hypothesis was using correlation analysis and bidirected-hypothesis t-test.

The generalization drawn based on this research was the correlation between the radio (live) use on the selling volume level was significant and positive. It could be seen based on the r coefficient value as much as 0,99.

Furthermore, in testing the coefficient significance in using this t-value distribution had $12,155 > 3,182$. It showed that the correlation closeness between the radio (live) use and selling volume level was significant. Nevertheless, it could not be supported by the fairly big monthly profit gain based on radio (live) broadcasting program as proved by that of the profit gain on June before bigger radio broadcasting, that was 9,8% than that of during other month of just 0,012%. Consumers were satisfied when coming to Mirota Kampus where they could get their wanted products directly.