

## **ABSTRAK**

### **Analisis Pengaruh Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada PT. Yasa Buana Asri, Yogyakarta)**

Andreas Setiadi  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2003

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dalam usaha meningkatkan volume penjualan pada PT. Yasa Buana Asri selama tahun 1998 – 2002. Dalam penelitian ini akan dilihat pengaruh kegiatan promosi secara keseluruhan dan pengaruh tiap-tiap kegiatan promosi.

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

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian secara teoritik yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut: (1) analisis korelasi parsial antara kegiatan periklanan dengan volume penjualan, terdapat korelasi yang rendah tetapi tidak memenuhi kriteria uji signifikan, sehingga hipotesis pertama tidak dapat diterima; (2) analisis korelasi parsial antara kegiatan promosi penjualan dengan volume penjualan, terdapat korelasi yang rendah dan tidak memenuhi kriteria uji signifikan sehingga hipotesis kedua tidak dapat diterima; (3) analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa kegiatan promosi yang paling efektif bagi PT. Yasa Buana Asri adalah kegiatan promosi penjualan.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PROMOTIONAL MIX TO SALES VOLUME ANALYSIS A Case Study at PT. Yasa Buana Asri, Yogyakarta**

Andreas Setiadi  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2003

The objective of the research was to find out the influence of promotional mix expense to sales volume at PT. Yasa Buana Asri for the period of 1998 – 2002.

This research was a case study. The data were gathered by using interview, documentation, and library research techniques. The data analysis technique used were (1) Partial Correlation Analysis; (2) Multiple Linear Regression Analysis.

The research found out that: (1) the advertisement activity expense had no significance correlation with sales volume; (2) sales promotion activity expense had no significance correlation with sales volume; (3) the most effective promotion activity at PT. Yasa Buana Asri was sales promotion.