

**ABSTRAK**  
Analisis Perbedaan Kinerja Pemasaran  
Berdasarkan Sistem Pemasaran vertikal Korporat  
Studi Kasus Pada Penerbit dan Percetakan Kanisius dan  
Penerbit dan Percetakan Jendela

LIBERTI

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2004

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan persentase pertumbuhan volume penjualan dan efisiensi biaya distribusi antara perusahaan yang cenderung menerapkan sistem pemasaran vertikal korporat dan yang cenderung tidak menerapkan sistem pemasaran vertikal korporat. Penelitian yang dilaksanakan termasuk jenis penelitian studi kasus dengan objek penelitian yaitu pertumbuhan volume penjualan dan efisiensi biaya distribusi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi dan teknik analisis data yang digunakan adalah uji beda rata-rata untuk sample kecil yang tidak berpasangan. Data pertumbuhan volume penjualan dari masing-masing Penerbit dan Percetakan terlebih dahulu dihitung persentase pertumbuhannya perbulan kemudian dianalisis dengan menggunakan uji beda *Independent sample T-test* pada program SPSS 9.0 *for Windows*. Data biaya distribusi dari masing-masing Penerbit dan Percetakan terlebih dahulu dihitung persentase efisiensi biaya distribusinya perbulan kemudian dianalisis dengan menggunakan uji beda *Independent sample T-test* pada program SPSS 9.0 *for Windows*.

Dari analisis yang telah dilakukan, maka didapat beberapa temuan sebagai berikut :

1. Adanya perbedaan yang signifikan dimana pertumbuhan volume penjualan Penerbit dan Percetakan Kanisius yang cenderung menerapkan sistem pemasaran vertikal korporat lebih besar dari pada

pertumbuhan volume Penerbit dan Percetakan Jendela yang cenderung tidak menerapkan sistem pemasaran vertikal korporat .

2. Tidak ada perbedaan efisiensi biaya distribusi Penerbit dan Percetakan Kanisius yang cenderung menerapkan sistem pemasaran vertikal korporat dengan efisiensi biaya distribusi Penerbit dan Percetakan Jendela yang cenderung tidak menerapkan sistem pemasaran vertikal korporat.

## ABSTRAC

# Analyse the Difference of Marketing Performance Pursuant to Corporate Vertical Marketing System.

LIBERTI

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2004

This research aim to know the difference of percentage of growth of volume of sale and efficiency of distribution expense between company which tend apply the corporate vertical marketing system and which tend not apply the corporate vertical marketing system. The type of research is case study with the research object that is growth of volume of sale and efficiency of distribution expense.

Technique of data collecting done with interview, observation and documentation and technique analyse the data used by is different test of mean for the sample of small which not couple. Data of Growth of sale volume from each Publisher and Printing office beforehand calculated by its growth percentage monthly; then analysed by using different test of Independent Sample T-Test at program SPSS 9.0 for Windows. Data of distribution Expense from each Publisher and Printing office beforehand calculated by percentage of its distribution expense efficiency monthly then analysed by using different test of Independent Sample T-Test at program SPSS 9.0 for Windows

From analysis which have been done, there are some the following finding:

1. Existence of difference which signifikan of growth of volume of sale of Publisher and Printing office of Kanisius which tend apply the corporate vertical marketing system bigger than growth of volume of Publisher and

Printing office of Jendela which tend not apply the corporate vertical marketing system

2. There is no difference of efficiency of expense of distribution of Publisher and Printing office of Kanisius which tend apply the corporate vertical marketing system with the efficiency of expense of distribution of Publisher and Printing office of Jendela which tend not apply the corporate vertical marketing system.