

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN (studi kasus pada PT. Bogasari Flour Mills Surabaya)

Marlia Wijayanti Wastian
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi dan saluran distribusi secara simultan terhadap peningkatan volume penjualan perusahaan.

Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah data biaya promosi, data biaya saluran distibusi, dan data volume penjualan dalam rupiah pada periode waktu triwulan tahun 1998 sampai tahun 2002.Tehnik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap volume penjualan. Ini dapat dilihat dari nilai t hitung $9,020 >$ nilai t tabel $\pm 2,101$ dan besarnya nilai koefisien regresi promosi yaitu $4.667,258$. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan saluran distribusi terhadap volume penjualan. Ini dapat dilihat dari nilai t hitung $-3,9 < \text{nilai t tabel } \pm 2,101$ dan besarnya koefisien regresi saluran distribusi yaitu $-7.619,658$. Pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap volume penjualan ditunjukkan dengan menggunakan uji F. Dari hasil penelitian ditunjukkan bahwa F hitung $933,167 >$ dari F tabel $3,59$. Nilai koefisien determinasi $0,991$, menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap volume penjualan.

ABSTRACT

Analysis On The Influence Of Promotion and Distribution Toward The Sales Volume (case study on PT Bogasari Flour Mills Surabaya)

**Marlia Wijayanti Wastian
Sanata Dharma University
Yogyakarta**

The objective research is to know whether promotion and distribution simultaneously influence the increase of sales volume.

The data needed in this research include promotion cost, distribution costs and sales volume in Rupiah from 1998 until 2002 on three-monthly basis. The analysis technique is the multiple linear regression.

The analysis of the research shows that the promotion influences positively and significantly the sales volume. It is indicated by the value of t count, 9.020 which higher than the value of t table, ± 2.101 and the high value of regression coefficient, 4.667,258. The analysis also indicates that the distribution influences sales volume negatively and significantly. It can be pointed out by the value of t count, -3.9 higher than the value of t table, ± 2.101 and high value of the regression coefficient, -7.619,658. The influence of the promotion and the distribution on the sales volume is shown by F test. The F test shows that F count $933.167 > F$ table 3.59. The determination coefficient point of 0.991, shows the high contribution of the promotion and the distribution on the sales volume. It shows that the promotion and the distribution influence the sales volume.