

## **ABSTRAK**

### **Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Studi Kasus Pada PT. BAKER Yogyakarta**

**Yogi Griopati**

**Universitas Sanata Dharma**

**Yogyakarta**

**2004**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap volume penjualan secara terinci : 1) pengaruh periklanan terhadap volume penjualan; 2) pengaruh publisitas terhadap volume penjualan; 3) pengaruh promosi terhadap volume penjualan secara keseluruhan; 4) kegiatan promosi yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan. Dengan melakukan promosi perusahaan bertujuan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen dengan harapan penjualan akan meningkat dan laba yang diterima juga semakin meningkat.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian teoritik yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai  $R^2 = 0,904$ . Nilai ini menjelaskan bahwa kegiatan promosi mampu menjelaskan volume penjualan sebesar 90,4% sedangkan sisanya 9,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya. Dengan demikian model regresi bisa dipakai untuk memprediksi penjualan.
- 2) Dari analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa kegiatan promosi yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan adalah kegiatan publisitas.

## **ABSTRACT**

### **Analysis on The Influence of Promotion on Sales Volume A Case Study At PT. BAKER Yogyakarta**

**Yogi Griopati**

**University of Sanata Dharma**

**Yogyakarta**

**2004**

The aim of this research is to know the influence of the promotion on sales volume. The research problems are : 1) Whether advertisement influences sales volume; 2) Whether publicity influences sales volume; 3) Whether promotion variables influence sales volume simultaneously; 4) Which promotion activity has the biggest influence on sales volume.

The type of this research is a case study. The data are collected through interview and documentation. The analysis technique used is the multiple linear regression.

The conclusion of this research is that : 1) The multiple linear regression analysis produces the value of  $R^2$  of 0.904. It means that 90.4% of the sales volume is influenced by the promotion; 2) The publicity has the biggest influence on sales volume.