

ABSTRAK

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP JUMLAH PENERIMAAN UANG PENDAFTARAN DARI CALON MAHASISWA Studi Kasus Pada Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

AL. Kristanto Ari Wibowo
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan promosi manakah yang mempengaruhi jumlah penerimaan uang pendaftaran dari calon mahasiswa. Variabel penelitiannya adalah biaya periklanan, biaya promosi penjualan, biaya *public relation* dan jumlah penerimaan uang pendaftaran dari calon mahasiswa. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan (1) Analisis regresi linear sederhana (2) Analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa kegiatan promosi melalui biaya periklanan, biaya promosi penjualan, biaya *public relation* tidak berpengaruh yang positif terhadap jumlah penerimaan uang pendaftaran dari calon mahasiswa. Hal ini dapat ditunjukkan dengan uji t, biaya periklanan tidak berpengaruh positif terhadap jumlah penerimaan uang pendaftaran dari calon mahasiswa, biaya promosi penjualan tidak berpengaruh positif terhadap jumlah penerimaan uang pendaftaran dari calon mahasiswa, dan juga biaya *public relation* tidak berpengaruh positif terhadap jumlah penerimaan uang pendaftaran dari calon mahasiswa ($t_{hitung} < t_{tabel}$). Dengan penelitian analisis regresi berganda, dengan uji statistik secara simultan atau bersama – sama ketiga kegiatan promosi berpengaruh positif terhadap jumlah penerimaan uang pendaftaran dari calon mahasiswa. Hal ini dapat ditunjukkan dengan ditunjukkan dengan uji F ketiga variabel biaya promosi tersebut berpengaruh positif terhadap jumlah penerimaan uang pendaftaran dari calon mahasiswa. ($F_{hitung} > F_{tabel}$)

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTION COST ON THE ACCEPTANCE QUANTITY OF REGISTRISTRATION FEE FROM STUDENT APPLICANTS A Case study at Sanata Dharma University Yogyakarta

AL. Kristanto Ari Wibowo
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004

The objective of research was to learn which promotion activity influenced the acceptance quantity of registrigation fee from student applicants. It was a case study at Sanata Dharma University Yogyakarta. The variables were the advertising cost, selling promotion cost, public relation cost and the acceptance quantity of registrigation fee from student applicants. The data collection techniques were interview and documentation. The techniques of data analysis used were (1) Simple – linear regression (2) Multiple – linear regression.

The result of research indicated that promotion activity did not have positive influence on the acceptance quantity of registrigation fee from student applicants. It was shown through t test ; advertising cost did not have positive influence on the acceptance quantity registrigation fee from student applicants, selling promotion cost did not have positive influence on the acceptance quantity of registrigation fee from student applicants, and also that public relation cost did not have positive influence on the acceptance quantity of registrigation fee from student applicants ($t_{count} < t_{table}$). With multiple – linear regression, with simultant statistical test, the three activities had positive influence on the acceptance quantity of registrigation fee from student applicants. It was shown with F test that three variables promotion cost had positive influence on the acceptance quantity of registrigation fee from student applicants. ($F_{count} > F_{table}$)