

ABSTRAK

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN Studi Kasus Pada PT Capung Indah Abadi MAGELANG

Hendra Setyawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta 1999

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT Capung Indah Abadi selama tahun 1994 - 1998. 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 tehnik observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah (1) Analisis korelasi ganda R, (2) Analisis korelasi parsial, (3) Analisis regresi linear ganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian statistik yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut : (1) Analisis korelasi ganda R menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat, positif dan memenuhi kriteria uji signifikansi antara biaya promosi secara keseluruhan dan volume penjualan; (2) Berdasarkan analisis korelasi parsial untuk masing-masing kegiatan promosi yang dilakukakan PT Capung Indah Abadi (periklanan, personal selling dan promosi penjualan) terdapat korelasi positif tetapi rendah sekali dan tidak memenuhi kriteria uji signifikansi; (3) analisis regresi linear ganda oleh peneliti tidak dilanjutkan dikarenakan ketiga bentuk kegiatan promosi tersebut tidak efektif dilakukan oleh PT Capung Indah Abadi sebab tidak terbukti mempunyai korelasi positif terhadap volume penjualan.

ABSTRACT

THE IMPACT OF PROMOTION COST ON SALES VOLUME A Case Study at PT Capung Indah Abadi MAGELANG

Hendra Setyawan
Sanata Dharma University
Yogyakarta 1999

This research aims to assess the impact of promotion on sales volume of PT Capung Indah Abadi during the period 1994 - 1998.

This research is a case study. The data were collected by observation, documentation, and interview. The data were analyzed using (1) R multiple Correlation Analysis, (2) Partial Correlation analysis, (3) multiple Linear Regression Analysis.

The result of the research and the statistical testing, shows that: (1) the R Multiple Correlation analysis indicates that there is a very strong, positive, and significant correlation between total promotional expense and sales volume; (2) Partial Correlation Analysis of PT Capung Indah Abadi's Promotion activities (advertising, personal selling, and sales promotion) show a positive but very low and not significant correlation; (3) Multiple Linear Regression analysis is not applied because the promotional activities were not effective for PT Capung Indah Abadi since it cannot be proved that they had a positive correlation with sales volume.