

ABSTRAK

PENGARUH KEGIATAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN Studi Kasus Pada PT Air Mancur Palur Solo

Sukis Suwarsih
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2001

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kegiatan promosi terhadap volume penjualan pada PT Air Mancur Palur Solo selama tahun 1995-1999.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Data dikumpulkan dengan teknik (1) observasi, (2) dokumentasi, (3) wawancara. Data dianalisis dengan (1) analisis korelasi ganda R, (2) analisis korelasi parsial, (3) analisis regresi linier ganda.

Berdasarkan analisis data diperoleh hasil sebagai berikut: (1) terdapat korelasi yang sangat kuat, positif dan signifikan ($\alpha = 0,05$) antara kegiatan promosi secara keseluruhan dengan volume penjualan. Koefisien korelasi ganda R = 0,9996 dengan F-hitung = 431,464, sedang F-tabel = 216. Karena F-hitung > F-tabel maka hipotesis pertama yang mengatakan ada korelasi positif antara kegiatan promosi secara keseluruhan dengan volume penjualan pada PT Air Mancur dapat diterima; (2) analisis korelasi antara masing-masing kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Air Mancur (periklanan, *personal selling* dan promosi penjualan) dengan volume penjualan tidak dapat diperkirakan karena adanya multikolinearitas.

ABSTRACT

Influence of Promotion Activities on Sale Volume Case Study at PT Air Mancur in Palur Solo

Sukis Suwarsih
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2001

The aim of this research is to know the influence of promotion activity on sale volume at PT Air Mancur in Palur Solo in 1995-1999.

This research was a case study. The writer collected the data using observation, documentation, and interview. Data analyzing techniques used were : multiple R correlation analysis, partial correlation analysis, and multiple linear regression analysis.

The findings were : 1) there was a very strong positive and significant correlation between promotion activities as a whole with sale volume ($\alpha = 0,05$, $R = 0,9996$, $F\text{-observed} = 431,464$, $F\text{-table} = 216$). 2) correlation analysis between each promotion activity done by PT Air Mancur (advertisement, personal selling, and sale promotion) and sale volume could not be conducted because there were multicollinearities.