

ABSTRAK

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN Studi Kasus Pada PT Pabelan Jaya Alam Surakarta

Aloysius Suko Hardono
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT Pabelan Jaya Alam selama tahun 1997 sampai dengan tahun 2000. Dalam penelitian ini akan dilihat pengaruh biaya promosi secara keseluruhan dan pengaruh biaya pada setiap kegiatan promosi.

Jenis penelitian adalah studi kasus. Data dikumpulkan dengan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data yang dipakai adalah: Analisis korelasi ganda R , Analisis korelasi Parsial dan Analisis Regresi Linier Ganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian statistik yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Analisis korelasi ganda R menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat, positif dan memenuhi uji signifikansi antara biaya promosi secara keseluruhan terhadap volume penjualan. (2) Analisis korelasi parsial menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat, positif dan memenuhi uji signifikansi antara biaya kegiatan personal selling dan volume penjualan. (3) Analisis korelasi parsial menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat, positif dan memenuhi uji signifikansi antara biaya kegiatan promosi penjualan dan volume penjualan. (4) Analisis korelasi parsial menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara biaya kegiatan periklanan dengan volume penjualan tidak terjawab, karena perusahaan tidak menggunakan promosi dalam bentuk periklanan. (5) Analisis regresi linier ganda menunjukkan bahwa biaya yang paling efisien penggunaannya adalah biaya kegiatan promosi penjualan.

ABSTRACT

THE IMPACT OF PROMOTION COST ON SALES VOLUME

A case Study at PT Pabelan Jaya Alam
Surakarta

Aloysius Suko Hardono
Sanata Dharma University
Yogyakarta

This study investigated the impact of promotional cost on sales volume of PT Pabelan Jaya Alam during the years of 1997-2000. The study analyzed the impact of the whole promotional costs as well as that of each one.

This research was a case study. The data were collected by observation, documentation, and interview. The data analyzed using: Multiple R Correlation Analysis, Partial Correlation Analysis and Multiple Linear Regression Analysis.

The result of the research and the statistical testing showed as following: (1) The multiple R Correlation analyzed indicated that there was a strong, positive and significant correlation between total promotional cost and sales volume. (2) Partial correlation analysis indicated that there was a strong, positive and significant correlation between total personal selling cost and sales volume. (3) Partial correlation analysis that there was very strong, positive and significant correlation between total sales promotional cost and sales volume. (4) Partial correlation analysis to advertising cost and sales volume remained unanswered, because this company did not use advertising for the promotion. (5) Multiple regression analyzed indicated that sales promotional cost was more efficient to the promotional activities.