

ABSTRAK

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP

VOLUME PENJUALAN

Studi Kasus Pada PT Sri Agoeng Jawa Timur

Bernadetha Eny Irana Dewi
982114150
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2005

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: 1) Mengetahui Korelasi Biaya Periklanan dengan Volume Penjualan 2) Mengetahui Korelasi Biaya Promosi Penjualan dengan Volume Penjualan 3) Membuktikan apakah Biaya Periklanan dan Biaya Promosi Penjualan bersama-sama berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan. Penelitian yang dilakukan berupa studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab masalah: 1) Perhitungan Koefisien korelasi dengan metode *Karl Pearson* 2) Perhitungan Regresi Berganda.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan diperoleh kesimpulan: 1) Ada korelasi yang positif antara Biaya Periklanan terhadap Volume Penjualan 2) Ada korelasi yang positif antara Biaya Promosi Penjualan terhadap Volume Penjualan 3) Biaya Periklanan dan Biaya Promosi Penjualan berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan bila digunakan bersama.

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF PROMOTION COST
TOWARDS SALES

Case Study At PT Sri Agoeng Jawa Timur

Bernadetha Eny Irana Dewi
982114150
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2005

There were three purpose in this analysis: 1) To know the corelation between Selling Advertisment Cost and Sales, 2) To know the corelation between Promotion Cost and Sales, 3) To prove if both Advertisment Cost and Promotion Cost influence Sales. The research was a case study. Interview and documentation methode were used as data collection techniques, the three techniques used to answer the problem were: 1) Coefficient Correlation calculation using *Karl Pearson* methode, and 2) Multiple Regression Account in and supported by SPSS verse 10,00 Program.

Based on data analyses, the result concluded: 1) there was positive correlation between Advertisment Cost and sales, 2) there was positive correlation between Selling Promotion Cost and sales, 3) Advertisment and Selling Promotion Cost had positive effect towardly sales.