

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA KEGIATAN PROMOSI DAN VOLUME PENJUALAN

Studi Kasus Pada Perusahaan In Tee-Shirt Yogyakarta

Yohanes Tri Pamungkas

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2004

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara: 1). biaya periklanan dengan volume penjualan, 2). biaya *personal selling* dengan volume penjualan, 3). biaya promosi penjualan dengan volume penjualan, dan 4). biaya periklanan, biaya *personal selling*, dan biaya promosi penjualan secara bersama-sama dengan volume penjualan.

Penelitian studi kasus ini dilaksanakan di perusahaan kaos In Tee-Shirt pada bulan Mei- Juni 2004 dengan data volume penjualan dan biaya promosi selama tahun 1997-2002. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah 1). Korelasi Produk Moment untuk menjawab masalah yang pertama sampai dengan yang ketiga, dan 2). Korelasi Berganda untuk menjawab masalah yang keempat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1). ada hubungan yang positif dan signifikan antara biaya periklanan dengan volume penjualan ($r = 0,932$ dan $t_{hitung} = 2,348 > t_{tabel} = 1,663$). (2). ada hubungan yang positif dan signifikan antara biaya *personal selling* dengan volume penjualan ($r = 0,967$ dan $t_{hitung} = 8,298 > t_{tabel} = 1,663$). (3). ada hubungan yang positif dan signifikan antara biaya promosi penjualan dengan volume penjualan ($r = 0,921$ dan $t_{hitung} = 3,492 > t_{tabel} = 1,663$). (4). ada hubungan yang positif dan signifikan antara biaya periklanan, biaya *personal selling*, dan biaya promosi penjualan secara bersama-sama dengan volume penjualan ($R_{y(1,2,3)} = 0,977$ dan $F_{hitung} = 470,082 > F_{tabel} = 2,739$).

ABSTRACT

The Relationship Between Promotional Activities and Sales Volume

A Case Study at “In Tee-Shirt” Company Yogyakarta

Yohanes Tri Pamungkas

Sanata Dharma University

2004

This research was aimed to know whether or not there were positive and significant relationships between: 1). Advertising cost and sales volume, 2). Personal selling cost and sales volume, 3). Sales promotion cost and sales volume, 4). Advertising cost, personal selling cost, and sales promotion cost taken together and sales volume.

This case study research was conducted at “In Tee-Shirt”, Company Yogyakarta during May-June 2004 with sales volume and promotional cost data during 1997-2002. The researcher collected the data by using interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used were: 1). Product Moment Correlation to answer the first, second, and third problems, and 2). Multiple Correlation Technique to answer the fourth problem.

The results of the data analysis showed that: (1). There was a positive and significant relationship between advertising cost and sales volume ($r = 0,932$ and $t_{count} = 2,348 > t_{table} = 1,663$). (2). There was a positive and significant relationship between personal selling cost and sales volume ($r = 0,967$ and $t_{count} = 8,298 > t_{table} = 1,663$). (3). There was a positive and significant relationship between sales promotion cost and sales volume ($r = 0,921$ and $t_{count} = 3,492 > t_{table} = 1,663$). (4). There was a positive and significant relationship between advertising cost, personal selling cost, and sales promotion cost taken together and sales volume ($R_{y(1,2,3)} = 0,977$ and $F_{count} = 470,082 > F_{table} = 2,739$).