

ABSTRAK

PENGARUH VARIABEL *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME PENJUALAN

Studi Kasus pada Hotel Ibis Malioboro, Yogyakarta

PERSADARINI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA

2005

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan biaya produk terhadap volume penjualan, (2) Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan harga kamar terhadap volume penjualan, (3) Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan biaya promosi dengan volume penjualan, (4) Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan biaya distribusi dengan volume penjualan, (5) Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan biaya produk, harga kamar, biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan.

Penelitian studi kasus ini dilaksanakan di Hotel Ibis Malioboro Yogyakarta pada bulan April tahun 2004 pada pimpinan, kepala bagian, dan beberapa karyawan bagian pemasaran. Teknik analisis data yang digunakan adalah (1) korelasi *product moment* dan (2) teknik korelasi ganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan biaya produk terhadap volume penjualan ($r_{xy} = -0,316$ dan $t_{hitung} = -0,794 < t_{tabel} = 1,812$), (2) Ada pengaruh yang positif dan signifikan harga kamar terhadap volume penjualan ($r_{xy} = 0,846$ dan $t_{hitung} = 3,384 > t_{tabel} = 1,812$), (3) Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan ($r_{xy} = 0,499$ dan $t_{hitung} = -0,274 < t_{tabel} = 1,812$), (4) Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan biaya distribusi terhadap volume penjualan ($r_{xy} = 0,563$ dan $t_{hitung} = -0,026 < t_{tabel} = 1,812$), (5) Ada pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama biaya produk, harga kamar, biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan ($R_{y1,2,3,4} = 0,870$ dan $F_{hitung} = 5,454 > F_{tabel} = 4,12$).

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX VARIABLE TOWARD SALES VOLUME

A Case Study at Ibis Hotel Malioboro, Yogyakarta

PERSADARINI
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2005

This research objected to know: (1) Positive and significant influence of cost product toward sales volume, (2) Positive and significant influence of room price toward sales volume, (3) Positive and significant influence of cost promotion toward sales volume, (4) Positive and significant influence of cost distribution toward sales volume, (5) Positive and significant influence of cost product, room price, cost promotion toward sales volume.

This research was conducted at Ibis Hotel Malioboro, Yogyakarta in April 2004 upon leadership and employees at marketing department. The data analysis technique used were (1) Product Moment Correlation and (2) Multiple Correlation Technique.

The research showed that: (1) There wasn't a positive and significant influence of cost product toward sales volume ($r_{xy} = -0,316$ and $t_{count} = -0,794 < t_{table} = 1,812$), (2) There was a positive and significant influence of room price toward sales volume ($r_{xy} = 0,846$ and $t_{count} = 3,384 > t_{table} = 1,812$), (3) There wasn't a positive and significant influence of cost promotion toward sales volume ($r_{xy} = 0,499$ and $t_{count} = -0,274 < t_{table} = 1,812$), (4) There wasn't a positive and significant influence of distribution cost toward sales volume ($r_{xy} = 0,563$ and $t_{count} = -0,026 < t_{table} = 1,812$), (5) There was a positive and significant influence of cost product, room price, cost promotion, and cost distribution toward sales volume ($R_{y1,2,3,4} = 0,870$ and $F_{count} = 5,454 > F_{table} = 4,12$).