

**ABSTRAK**  
**PENGARUH MARKETING MIX**  
**TERHADAP VOLUME PENJUALAN**  
**Studi Kasus Pada Penerbit Kanisius Yogyakarta**

Emawati Dwi Winarsih  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2004

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan umum tentang pengaruh marketing mix terhadap volume penjualan. Dari permasalahan umum tersebut dijabarkan dalam permasalahan khusus sebagai berikut: (1) pengaruh biaya produk terhadap volume penjualan; (2) pengaruh harga terhadap volume penjualan; (3) pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan; (4) pengaruh biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan.

Jenis penelitian adalah studi kasus yang dilakukan mulai bulan Januari sampai bulan Februari 2004 di Perusahaan Penerbit Kanisius Jalan Cempaka No. 9 Deresan Yogyakarta. Populasi penelitian adalah data volume penjualan dan semua data yang berhubungan dengan marketing mix. Sampel yang diambil adalah data volume penjualan dan data yang berhubungan dengan biaya produk, harga, biaya promosi dan biaya saluran distribusi dari tahun 2001-2003. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang dilakukan untuk menjawab masalah khusus adalah analisis korelasi produk moment dan untuk menjawab masalah umum digunakan analisis korelasi ganda.

Dari hasil analisis data, diperoleh kesimpulan yaitu: (1) Tidak terdapat pengaruh biaya produk terhadap volume penjualan ( $r_{hitung} = 0,315 < r_{tabel} = 0,329$ ); (2) Terdapat pengaruh harga terhadap volume penjualan ( $r_{hitung} = 0,482 > r_{tabel} = 0,329$ ); (3) Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan ( $r_{hitung} = 0,532 > r_{tabel} = 0,329$ ); (4) Tidak terdapat pengaruh biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan ( $r_{hitung} = 0,280 < r_{tabel} = 0,329$ ); (5) Terdapat pengaruh keempat variabel marketing mix secara bersama-sama terhadap volume penjualan ( $F_{hitung} = 11,573 > F_{tabel} = 2,679$ ).

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF MARKETING MIX**  
**ON SALES VOLUME**  
**A Case Study at “Kanisius” Publisher, Yogyakarta**

Emawati Dwi Winarsih  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2004

The purpose of this research was to answer the general problem about the influence of marketing mix on sales volume. The general problem was specified to the following problems that were: (1) the influence of product cost on sales volume; (2) the influence of price on sales volume; (3) the influence of promotion cost on sales volume; (4) the influence of distribution cost on sales volume.

The kind of the research was a case study conducted from January to February 2004 at the “Kanisius”, Publisher Company on Cempaka Street, 9, Deresan, Yogyakarta. The population of the research was the data of sales volume and all data that related with marketing mix. The sample taken was from the data of sales volume and the data that related with product cost, price, promotion cost and distribution cost from 2001 – 2003. The techniques of the data collection were interviews, observation and documentation.

The techniques of data analysis to answer the specific problems was product moment correlation analysis and to answer the general problem was multiple correlation analysis.

From the result of data analysis it could be concluded that: (1) the product cost wasn't influence the sales volume ( $r_{\text{count}} = 0,315 < r_{\text{table}} = 0,329$ ); (2) the price influenced the sales volume ( $r_{\text{count}} = 0,482 > r_{\text{table}} = 0,329$ ); (3) the promotion cost influenced the sales volume ( $r_{\text{count}} = 0,532 > r_{\text{table}} = 0,329$ ); (4) the distribution cost wasn't influence the sales volume ( $r_{\text{count}} = 0,280 < r_{\text{table}} = 0,329$ ); (5) the four variables of marketing mix influenced the sales volume ( $F_{\text{count}} = 11,573 > F_{\text{table}} = 2,679$ ).