

ABSTRAK

Dengan semakin meningkatnya teknologi dan ilmu pengetahuan dewasa ini, semakin berkembanglah pula sektor perindustrian. Banyak perusahaan yang berhasil memproduksi barang sesuai dengan yang direncanakan, namun tidak sedikit yang gagal dalam memasarkan hasil produknya. Saat ini bukan lagi konsumen mencari barang, akan tetapi barang mencari konsumen. Untuk itu saat ini pemasaran memegang peranan sangat penting.

Guna mencapai pasar yang dituju, informasi produk yang dihasilkan sangat penting sekali. Informasi produk yang jelas akan menciptakan pasar, sehingga akan dapat menaikkan volume penjualan. Dalam skripsi ini penulis menganalisis dan membahas kegiatan promosi yang tercermin dalam biaya promosi dalam usahanya untuk meningkatkan volume penjualan pada C.V. Batik Surya Kencana, Yogyakarta. Dari hasil analisis ternyata;

- Antara biaya periklanan dengan volume penjualan mempunyai korelasi yang sangat tinggi. Kenaikan biaya periklanan akan diikuti kenaikan volume penjualan.
- Antara biaya sales promotion dengan volume penjualan mempunyai korelasi yang sangat tinggi. Kenaikan biaya sales promotion akan diikuti kenaikan volume penjualan.
- Antara biaya personal selling dengan volume penjualan mempunyai korelasi yang sangat tinggi. Kenaikan biaya personal selling akan diikuti kenaikan volume penjualan.
- Antara biaya-biaya promosi dengan volume penjualan

mempunyai korelasi yang sangat tinggi dan bersigat positif.

- Periklanan merupakan cara yang paling efektif, dari pada sales promotion dan personal selling. Dari setiap rupiah yang dikeluarkan untuk biaya masing-masing cara promosi mempunyai hasil yang paling tinggi.

Dari hasil analisis tersebut akan dapat membantu C.V. Batik Surya Kencana dalam membuat kebijakan-kebijakan baru dalam usahanya untuk meningkatkan volume penjualan.