

A B S T R A K

Promosi merupakan salah satu unsur dari empat unsur marketing mix. Di dalam promosi sendiri masih dibagi dalam empat kegiatan lagi yang disebut promotional mix. Adapun keempat kegiatan tersebut meliputi periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas. Dari keempat kegiatan tersebut publisitas tidak menggunakan dana, sedangkan ketiga lainnya membutuhkan dana dalam pengoperasiannya.

Bagi perusahaan dana merupakan pos biaya yang harus diimbangi dengan pos pemasukan. Pemasukan bagi perusahaan diperoleh melalui penjualan. Maka kenaikan biaya promosi harus diimbangi dengan kenaikan volume penjualan. Ini merupakan suatu tujuan perusahaan dalam menerapkan program promosi.

Penulis mencoba meneliti pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan di PT.BP.Kedaulatan Rakyat, Yogyakarta dalam periode tahun 1980-1988. Dalam penelitian ini penulis menganalisis apakah benar-benar ada korelasi signifikan antara masing-masing kegiatan promosi dengan volume penjualan atau tidak. Dan yang lebih penting lagi untuk mengetahui kegiatan promosi mana yang paling efektif untuk diterapkan di PT.BP.Kedaulatan Rakyat, Yogyakarta.

Untuk mengetahui korelasi, signifikan korelasi maupun efektivitas kegiatan promosi, penulis menggunakan pendekatan analisis statistik. Untuk melihat perkembangan sekaligus perbandingan secara global dari beberapa aktivitas perusahaan digunakan angka indek. Analisis korelasi parsial untuk mengetahui hubungan dari masing-masing kegiatan promosi dengan volume penjualan. Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan total biaya promosi dengan volume penjualan. Untuk mengetahui kegiatan promosi yang paling efektif digunakan analisis linier berganda sebagai langkah awal, dan diteruskan dengan uji kelinieran regresi dan uji koefisien regresi berganda. Sedangkan untuk menguji signifikansi korelasi masing-masing kegiatan promosi digunakan uji korelasi.

Dari analisis diperoleh hasil bahwa ada hubungan positif

signifikan antara biaya periklanan dengan volume penjualan, dengan angka koefisien korelasi = 0,9084. Ada hubungan positif signifikan antara biaya personal selling dengan volume penjualan, dengan angka koefisien korelasi = 0,5872. Ada hubungan negatif tidak signifikan antara biaya promosi penjualan dengan volume penjualan, dengan angka koefisien korelasi = -0,2432. Ada korelasi positif signifikan antara total biaya promosi dengan volume penjualan, dengan angka koefisien korelasi = 0,9895. Sedangkan kegiatan promosi yang paling efektif adalah periklanan, dengan persamaan linier regresi $Y = 93,17 X_1 - 3,92 X_2 + 16,07 X_3 + 757,69$.