ABSTRAK

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang positif signifikan antara biaya promosi dengan volume penjualan di perusahaan rokok P.T. Djitoe ITC. Di samping itu juga untuk mengetahui metode promosi mana yang paling efektif di dalam meningkatkan volume penjualan, sehingga dapat diketahui seberapa pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan.

Sedangkan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang positif signifikan antara biaya promosi dengan volume penjualan adalah analisis korelasi berganda dan analisis korelasi partial, kemudian untuk memperkuat analisis tersebut diuji dengan test koefisien korelasi. Sedangkan untuk mengetahui metode promosi yang paling efektif dalam meningkatkan volume penjualan digunakan persamaan regresi linier berganda.

Data untuk perhitungan analisis tersebut di atas berupa biaya promosi dari masing-masing bentuk promosi, dan besarnya volume penjualan. Dalam hal ini biaya promosi merupakan variabel bebas yaitu variabel yang akan menjelaskan sedangkan volume penjualan merupakan variabel tergantung artinya variabel yang akan dijelaskan.

Dari hasil perhitungan analisis korelasi berganda dan analisis korelasi partial kemudian diuji dengan test koefisien korelasi, ternyata ada hubungan yang positif signifikan antara biaya promosi dengan volume penjualan. Kemudian dari perhitungan persamaan regresi berganda dapat disimpulkan bahwa diantara metode promosi yang digunakan oleh P.T. Djitoe ITC. ternyata metode periklanan adalah yang paling efektif dibandingkan dengan metode promosi yang lain.