

ABSTRAK

Dengan semakin meningkatnya teknologi dan ilmu pengetahuan dewasa ini, semakin berkembanglah pula sektor perindustrian. Banyak perusahaan yang berhasil memproduksi barang sesuai dengan barang 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 pemasaran yang sangat penting.

Guna mencapai pasar yang dituju, informasi produk yang dihasilkan sangat penting sekali. Informasi produk yang jelas akan menciptakan pasar. Untuk itu penulis mengadakan penelitian masalah promosi dengan judul "Pengaruh Kegiatan Promosi Terhadap Volume Penjualan, Studi Kasus di perusahaan PT. TIRTA MEGAH CENDANA, Semarang, Tahun 1985-1989".

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang penulis hadapi, yaitu mengenai masalah promosi dalam hubungannya dengan volume penjualan.

Beberapa hipotesa penelitian yang penulis tentukan, adalah sebagai berikut :

1. Ada hubungan positif signifikan secara parsial antara kegiatan periklanan dengan volume penjualan.
2. Ada hubungan positif signifikan secara parsial antara kegiatan promosi penjualan dengan volume penjualan.
3. Ada hubungan positif signifikan kegiatan promosi bersama-sama dengan volume penjualan.

Jenis penelitian ini termasuk studi kasus, tehnik pengumpulan data dengan cara wawancara, pengumpulan data sekunder dan observasi. Tehnik analisis data dengan menggunakan rumus korelasi.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kegiatan promosi yang diterapkan di PT. TIRTA MEGAH CENDANA adalah periklanan dan penjualan.
2. Antara periklanan dan volume penjualan secara parsial tidak ada hubungan. Sehingga secara parsial periklanan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.
3. Antara kegiatan promosi penjualan dengan volume penjualan secara parsial tidak ada. Sehingga secara parsial promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.
4. Antara kegiatan promosi bersama-sama dengan volume penjualan terdapat hubungan yang kuat dan positif.
5. Antara kegiatan periklanan dan promosi penjualan yang lebih efektif adalah periklanan, tetapi dalam mempengaruhi itu kecil sekali, sehingga disimpulkan tidak ada yang efektif dalam mempengaruhi volume penjualan.

Dari hasil analisis tersebut akan dapat membantu PT. TIRTA MEGAH CENDANA dalam membuat kebijaksanaan-kebijaksanaan baru yang akan diterapkan.