

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTIONAL COST ON THE LOAN OMZET
A CASE STUDY AT PERUM PEGADAIAN KANDA VII YOGYAKARTA
1990 - 1994

ANASTASIA WIJAYANTI
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA

This research aims to measure the impact of Promotional Cost to the total or parts omzet at Perum Pegadaian KANDA VII Yogyakarta from 1990 - 1994. The data includes all the cost of advertising, selling promotional, personal selling, and omzet. The data were collected by doing interview, observation, and documentation. The linear regression analysis with t-test and F-test were used in analysis the data. The result shows the value of $F = 12.932$ (F table = 3.24). It means that Promotional Cost influence increases omzet. The result also shows the value of $t = 2.366$ for advertising, 2.187 for selling promotion, and 2.157 for personal selling (T table = 2.12). It means that each promotion method influences the increase of omzet.

ABSTRAK

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP OMZET PINJAMAN
STUDI KASUS PERUSAHAAN UMUM PEGADAIAN KANDA VII YOGYAKARTA
TAHUN 1990 - 1994**

**ANASTASIA WIJAYANTI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi baik secara keseluruhan maupun untuk tiap-tiap biaya promosi terhadap omzet pinjaman di Perum Pegadaian KANDA VII Yogyakarta dari tahun 1990 - 1994. Data-datanya meliputi biaya periklanan, biaya promosi penjualan, biaya personal selling dan omzet pinjaman. Data-data tersebut dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Dari hasil analisis diperoleh F hitung = 12,932 (F tabel = 3,24). Ini berarti bahwa biaya promosi mempengaruhi kenaikan omzet pinjaman. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa nilai $t = 2,336$ untuk biaya periklanan; $2,187$ untuk biaya promosi penjualan dan $2,157$ untuk biaya personal selling (t tabel = 2,12), itu berarti bahwa tiap-tiap metode promosi mempengaruhi kenaikan omzet pinjaman.