

## ABSTRAK

### PENGARUH BIAYA PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN

Studi kasus pada Perusahaan Pertenunan “Santa Maria”, Kulon Progo,  
Yogyakarta, 2007

Ignatius Yudha Dwi Anto  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2008

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan; (2) Pengaruh biaya distribusi terhadap peningkatan volume penjualan; (3) Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap peningkatan volume penjualan.

Penelitian studi kasus ini dilaksanakan di perusahaan pertenunan Santa Maria, Kulon Progo, Yogyakarta pada bulan Mei sampai dengan bulan Juni 2007. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah: wawancara, dokumentasi, observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi *product moment* dan analisis regresi linear berganda.

Hasil perhitungan analisis menunjukkan bahwa: (1) Ada pengaruh positif dan signifikan biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan ( $r_{hitung}$  0,681 dengan nilai probabilitas 0,000), (2) Ada pengaruh positif dan signifikan biaya distribusi terhadap peningkatan volume penjualan ( $r_{hitung}$  0,803 dengan nilai probabilitas 0,000), (3) Ada pengaruh yang positif dan signifikan biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama terhadap peningkatan volume penjualan ( $R_{y(1,2)}$  = 0,844 dengan nilai probabilitas 0,000).

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF PROMOTION COSTS, AND DISTRIBUTION COSTS TOWARDS THE INCREASING OF SALES VOLUME

A Case Study of “Santa Maria” Woven Product Company, Kulon Progo,

Yogyakarta, 2007

Ignatius Yudha Dwi Anto  
Sanata Dharma university  
Yogyakarta  
2008

This research aims to know: (1) The influence of promotion costs towards the increasing of sales volume; (2) The influence of distribution costs towards the increasing of sales volume; (3) The influence of promotion and distribution costs towards the increasing of sales volume.

The research was conducted in Santa Maria woven product company, Kulon Progo, Yogyakarta from May until June 2007. The method of collecting data were: interviews, documentation, observation. The data analysis techniques were *product moment* correlation analysis and a multiple linier regression analysis.

The result of the analysis shows that: (1) Promotion costs have a positive and significant influence towards the increasing of sales volume ( $r_{\text{count}} 0,681$  with probability score 0,000), (2) Distribution costs have a positive and significant influence towards the increasing of sales volume ( $r_{\text{count}} 0,803$  with probability score 0,000), (3) Promotion and distribution costs have a positive and significant influence toward the increasing of sales volume ( $R_{y(1,2)} = 0,844$  with probability score 0,000).