

ABSTRAK

**KONTRIBUSI BIAYA RETRIBUSI, BIAYA PROMOSI DAN
BIAYA PEMBELIAN TERHADAP OMZET PENJUALAN
DI PASAR KLITIKAN PAKUNCEN TOGYAKARTA**

Oleh:
Tri Bandiarto
NIM. 06 1324 004

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi biaya retribusi, biaya promosi dan biaya pembelian terhadap omzet penjualan di Pasar Klitikan Pakuncen Yogyakarta.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Klitikan Pakuncen Yogyakarta pada bulan Oktober 2012. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, kuisioner dan dokumentasi. Populasi penelitian adalah 718 pedagang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 88 pedagang yang diambil dengan menggunakan rumus Slovin. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik, uji hipotesis dan regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS versi 17.00.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa: (1) biaya retribusi berkontribusi sebesar 3,42 % (Sig=0,000<0,05) terhadap omzet penjualan; (2) biaya promosi berkontribusi sebesar 9,52 % (Sig=0,000<0,05) terhadap omzet penjualan; (3) biaya pembelian berkontribusi sebesar 87, 05 % (Sig=0,000<0,05) terhadap omzet penjualan. Besarnya R^2 0,672 artinya 67,2 % omzet penjualan dijelaskan oleh biaya retribusi, biaya promosi dan biaya pembelian sedangkan 33,8 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

ABSTRACT

**THE CONTRIBUTION OF RETRIBUTION, PROMOTION AND
THE PURCHASING COST OF THE SALES TURNOVER IN THE
KLITIKAN PAKUNCEN MARKET IN YOGYAKARTA**

By:
Tri Bandiarto
NIM. 06 1324 004

This study aims to determine the contribution of retribution, promotion and the purchasing costs of the sales turnover in the Klitikan Pakuncen Market in Yogyakarta.

The study was conducted in the Klitikan Pakuncen Yogyakarta market in October 2012. Data collected by using the method of observation, questionnaires and documentation. The population of this study were 718 merchants. The number of samples were 88 merchants which were taken by Slovin formula. They were tested by classic assumption test, hypothesis test and SPSS software version 17 of multiple linear regression.

The results show that: (1) retribution cost contributed 3,42 % (sig=0,000<0,05) of the sales turnover, (2) promotion cost contributes 9,52 % (sig= 0,000<0,05) of the sales turnover, the purchasing cost contributes 87,05 % (sig=0,000<0,05) of the sales turnover. The amount of R^2 0,672 means 67,2 % of the sales turnover is explained by retribution cost, promotion cost and the purchasing cost while 33,8 % is explained by other variables which are not included in the research model.