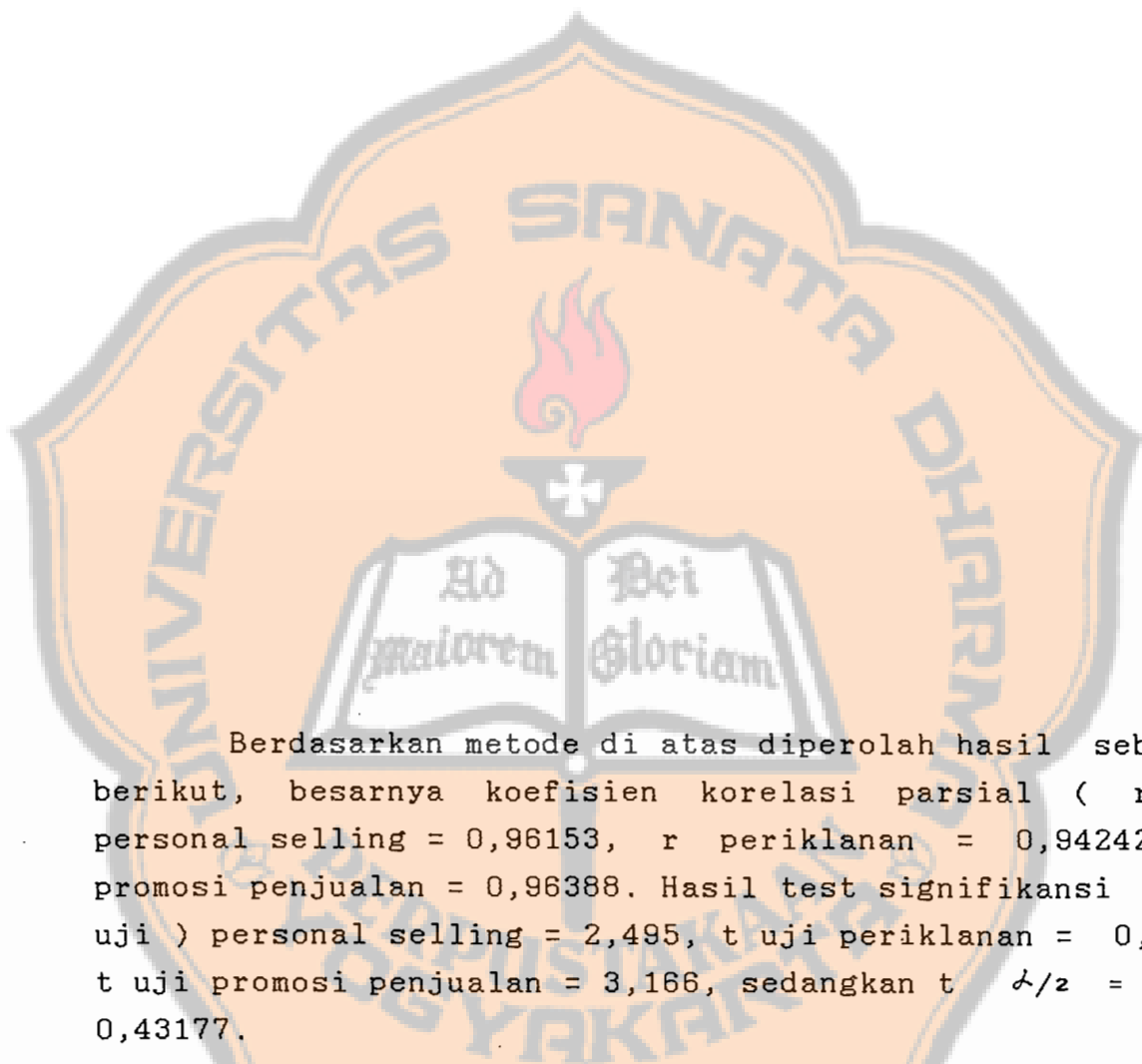




Judul skripsi yang penulis pilih adalah Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel kegiatan promosi yaitu personal selling, periklanan, promosi penjualan dengan volume penjualan selain itu juga untuk mengetahui hubungan antara personal selling, periklanan, promosi penjualan secara bersama-sama terhadap volume penjualan dan untuk mengetahui jenis variabel kegiatan promosi manakah yang paling besar pengaruhnya terhadap volume penjualan. Objek penelitian diadakan di PT Intan Pariwara, Klaten.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah wawancara dengan pimpinan perusahaan dan dokumentasi yaitu mencatat data - data yang ada di perusahaan. Penulis menggunakan analisis kuantitatif yaitu analisis data dengan menggunakan perhitungan secara matematika. Analisis kuantitatif ini menggunakan analisis korelasi parsial yaitu untuk melihat hubungan antara masing -



Berdasarkan metode di atas diperoleh hasil sebagai berikut, besarnya koefisien korelasi parsial (r) personal selling = 0,96153, r periklanan = 0,94242, r promosi penjualan = 0,96388. Hasil test signifikansi (t uji) personal selling = 2,495, t uji periklanan = 0,090, t uji promosi penjualan = 3,166, sedangkan $t_{\alpha/2} = +/- 0,43177$.

Berdasarkan analisis korelasi berganda diperoleh hasil sebagai berikut, besarnya $R = 0,9565$. Hasil uji F adalah 124,669.

Hasil analisis regresi linier berganda adalah $Y = -648995,3921 + 69,2686 x_1 + 12,8822 x_2 + 154,5848 x_3$. Hasil sumbangan efektif masing -masing kegiatan promosi terhadap volume penjualan adalah personal selling = 0,9517714, periklanan = 0,000042, promosi penjualan = 0,0096.