

ANALISIS HUBUNGAN DAN PENGARUH BIAYA PERIKLANAN DAN BIAYA PROMOSI PENJUALAN TERHADAP HASIL PENJUALAN PT.GITASWARA INDONESIA

TISCA HADYANITA, SRI KURNIASIH AGUSTIN, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2003

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : iklan

Abstraksi :

Kegiatan pemasaran mempunyai peranan penting dalam kegiatan usaha. Pemasaran yang baik membantu perusahaan menghadapi persaingan. Salah satu variabel pemasaran yang diharapkan akan meningkatkan penjualan adalah promosi. Penelitian ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan, dan bagaimana hubungan dan pengaruh biaya periklanan dan biaya promosi penjualan terhadap penjualan. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari suatu produk dan untuk mempengaruhi serta berusaha meyakinkan dan mengenalkan konsumen kepada barang yang ditawarkan. Obyek penelitian penulis adalah PT. Gitaswara Indonesia sebagai produsen produk minuman berjenis bir dengan merek dagang Guinness. PT. Gitaswara Indonesia merupakan anak perusahaan dari Guinness Overseas Limited yang berkedudukan di Irlandia. Kegiatan promosi yang dilakukan PT. Gitaswara Indonesia adalah periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan publisitas. Penulis menggunakan metode regresi berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi berganda serta uji hipotesis untuk mengetahui hubungan dan pengaruh biaya periklanan dan biaya promosi penjualan terhadap penjualan dengan menggunakan data penjualan selama empat tahun. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, diketahui bahwa biaya periklanan lebih berpengaruh terhadap penjualan daripada biaya promosi penjualan. Tetapi dari hasil uji hipotesis diketahui bahwa baik biaya periklanan dan biaya promosi penjualan tidak mempunyai pengaruh yang benar-benar signifikan terhadap penjualan. Dari penelitian yang telah dilakukan penulis melihat bahwa kegiatan promosi PT. Gitaswara Indonesia berjalan dengan cukup baik, tetapi penulis merasa kegiatan periklanan PT. Gitaswara Indonesia

kurang maksimal. Maka penulis menyarankan agar perusahaan meningkatkan kegiatan periklanan agar konsumen dapat lebih mengenal produk perusahaan.