

ABSTRAK

Try Sawal Pantooyo, 2014. Pengaruh Biaya Periklanan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT Sinar Galesong Pratama Gorontalo. Skripsi. Gorontalo. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I Dra. Hj. Salma Bowtha, M.Pd dan Pembimbing II Idris Yanto Nieode, S.Pd.,M,Si.

Tujuan penelitian ini adalah (1). untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh biaya periklanan terhadap volume penjualan pada PT. SINAR GALESONG PRATAMA GORONTALO, (2) untuk mengetahui besaran pengaruh biaya iklan terhadap volume penjualan pada PT. SINAR GALESONG PRATAMA GORONTALO. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari data biaya biaya periklanan serta volume penjualan selama tahun 2008 sampai dengan 2013. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji normalitas, serta analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan analisis regresi linier sederhana diperoleh kesimpulan (1) Uji signifikansi pengaruh secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel biaya periklanan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini dibuktikan dari perhitungan uji t dimana nilai signifikansi (0,002) kurang dari α (0,05). (2) Koefisien determinasi (adjusted R-square) adalah sebesar 0.927 atau 92,7%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (biaya periklanan) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap volume penjualan sebesar 92,7 %. Sedangkan sisanya sekitar 7,3 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Kata Kunci : Biaya Periklanan dan Volume Penjualan

ABSTRACT

Try Sawal Pantooyo, 2014. The Effect of Advertising Cost toward the Increase of Sales Volume at PT Sinar Galesong Pratama Gorontalo. Skripsi. Gorontalo. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Gorontalo. The principal supervisor was Dra. Hj. Salma Bowtha, M.Pd and co supervisor was Idris Yanto Nieode, S.Pd., M.Si.

The research aimed to 1) analyze and understand the effect of advertising cost toward the increase of sales volume at PT Sinar Galesong Pratama Gorontalo, 2) understand how significant the effect of advertising cost toward the increase of sales volume at PT Sinar Galesong Pratama Gorontalo is. The research used secondary data comprised of advertising costs and sales volume from 2008 to 2013.

Data analysis applied normality test and simply linear regression, t test, f test, and R² (determination coefficient).

Regarding to simple linear regression, it was acquired 1) significance test of partial effect gained advertising costs affected significantly toward sales volume. It was verified by t test as significance value (0,002) was less than α (0,05). 2) determination coefficient (adjusted R Square) was 0,927 Or 92,7%. The value showed that independent variable (advertising cost) could explain the effect toward sales volume as amounted 92,7%. However, the remains as 7,3% was affected by other variables out of model.

Keywords: Advertising Costs and Sales Volume

