

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel beban promosi dan beban distribusi berpengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap volume penjualan pada UD. Sanki Utama Di Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, subjek dalam penelitian ini adalah UD. Sanki Utama Di Surabaya dan objek dalam penelitian ini adalah beban promosi, beban distribusi dan volume penjualan. Jenis data yang di gunakan adalah data sekunder yang dikumpulkan dengan teknik pencatatan dokumen serta dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Beban promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dengan uji t parsial dan t_{hitung} pada variabel beban promosi sebesar 5,050 nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang kurang dari 5% (0,05). (2) Bahwa beban distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dengan uji t parsial dan t_{hitung} pada variabel beban distribusi sebesar 2,490 diperoleh nilai signifikan sebesar 0.018, dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang kurang dari 5% (0,050). (3) Bahwa beban promosi dan beban distribusi secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan dengan uji F simultan dan nilai F_{hitung} sebesar 17,097 nilai signifikan (p) sebesar 0.000. karena signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis di terima.

Kata kunci : beban promosi, beban distribusi dan volume penjualan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether the variable promotional expenses and distribution expenses affect simultaneously and partially to the sales volume at UD. The Main Sanki In Surabaya. This research uses quantitative research, the subject in this study is UD. Sanki Utama in Surabaya and the objects in this study are promotional expenses, distribution expenses and sales volume. The type of data used is secondary data collected by document recording techniques and analyzed by using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) promotion costs partially have a significant effect on sales volume with the partial t test and t count on the promotional expense variable of 5.050, a significant value of 0.000 where the value is smaller than the significant level which is less than 5% (0.05). (2) Whereas the distribution load partially has a significant effect on sales volume with the partial t test and t count on the distribution load variable of 2.490, a significant value of 0.018 is obtained, where the value is less than the significant level of less than 5% (0.050). (3) Whereas promotional expenses and distribution expenses simultaneously have an effect on sales volume with the simultaneous F test and the Fcount value is 17.097 significant value (p) of 0.000. because 0.000 is significant less than 0.05 ($0.000 < 0.05$), the hypothesis is accepted.

Keywords: promotional expenses, distribution expenses and sales volume