

## ABSTRAKSI

Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan/ produsen untuk dapat memasarkan produknya yaitu dengan cara mencapai pasar yang seluas mungkin. Masalah periklanan dan penjualan perseorangan, perusahaan Ubin Elektris Gunung Mas Kendal dituntut untuk memeruhi para pembeli diberbagai lokasi, dalam hal ini perusahaan diharapkan mampu memberikan pengaruh/ memperkenalkan produknya terhadap para konsumen sehingga dapat dicari perumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana pengaruh periklanan terhadap volume penjualan pada Perusahaan Ubin Elektris Gunung Mas Kendal.
2. Bagaimana pengaruh penjualan perseorangan terhadap volume penjualan pada Perusahaan Ubin Elektris Gunung Mas Kendal.
3. Bagaimana pengaruh antara periklanan dan penjualan perseorangan terhadap volume penjualan pada Perusahaan Ubin Elektris Gunung Mas Kendal.

Sedangkan pembatasan masalahnya pada menganalisa periklanan dan penjualan perseorangan dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan.

Tujuan penelitian meliputi :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh periklanan dengan volume penjualan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penjualan perseorangan dengan volume penjualan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara periklanan dan biaya penjualan perseorangan terhadap volume penjualan.

Dan kegunaan penelitiannya adalah :

1. Kegunaan Praktis.  
Memberikan informasi kepada pengusaha yang dijadikan obyek penelitian dan juga diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan efektivitas promosi.
2. Kegunaan Teoritis.
  - a. Dapat berguna bagi penyusun setelah mengetahui secara langsung pada obek yang diteliti dalam hubungannya dengan pengetahuan yang diperoleh selama dibangku kuliah, sehingga pengetahuan tersebut dapat diterapkan dalam keadaan nyata.
  - b. Dapat berguna untuk menambah perbendaharaan bagi Universitas Islam Sultan Agung Semarang pada umumnya dan bagi Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Sedangkan hasil pengujian hipotesisnya adalah :

1. Pengujian variabel periklanan dengan volume penjualan (memakai program microstat) diperoleh hasil  $T_{hitung} < T_{tabel}$  atau  $2,249 < 2,5706$  yang berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa

periklanan berpengaruh kuat dan positif terhadap volume penjualan tidak terbukti. Pengujian variabel penjualan perseorangan dengan volume penjualan dimana (memakai program microstat) diperoleh hasil  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $6,116 > 2,5706$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa penjualan perseorangan berpengaruh kuat dan positif terhadap volume penjualan dapat terbukti. Pengujian variabel periklanan dan penjualan perseorangan dengan volume penjualan (memakai program microstat) diperoleh hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $241,871 > 5,79$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa biaya periklanan dan penjualan perseorangan berpengaruh kuat dan positif secara bersama-sama terhadap volume penjualan dapat terbukti.

