

Analisa efektivitas kegiatan dan frekuensi promosi terhadap perkembangan tingkat penjualan : studi kasus pada majalah X, instansi Y

Dwi P. Widodo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184043&lokasi=lokal>

Abstrak

Agar masyarakat mengetahui akan sesuatu yang dibutuhkan, perusahaan perlu mengkomunikasikan barang dan jasanya tersebut kepada mereka. Kebutuhan terhadap informasi yang tepat dan jelas mengakibatkan peranan komunikasi antara kedua belah pihak menjadi semakin penting, disamping juga adanya persaingan dalam industri. Salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan adalah kegiatan Promosi. Dengan promosi ini penulis ingin melihat sampai sejauh mana efektivitas kegiatan promosi perusahaan, dengan Anggaran Biaya yang relatif terbatas, dapat mempengaruhi perkembangan penjualan. Dalam melakukan penelitian ini penulis mempergunakan metode analisa statistik Korelasi-Determinasi dan analisa Hipotesa-T. Analisa Korelasi-Determinasi digunakan untuk melihat tingkat keeratan hubungan antara variabel Biaya Promosi; yang mencerminkan kegiatan promosi; dan penerimaan penjualan dari Langgan terhadap Total Penjualan perusahaan. Untuk melihat ada tidaknya hubungan positif antara dua variabel tersebut, penulis mempergunakan analisis Hipotesa-T. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kegiatan promosi memiliki kontribusi terhadap perkembangan penjualan perusahaan, tetapi pengaruhnya masih relatif sangat kecil. Ada beberapa faktor lain yang memberikan pengaruh terhadap perkembangan positioning produk yang tepat, penjualan diantaranya, optimalisasi potensi pasar, efektivitas distribusi penjualan, peningkatan kualitas dan pelayanan yang memuaskan. Dilain pihak pesan promosi yang disampaikan belum dapat menyentuh emosi masyarakat. Agar efektivitas kegiatan promosi tercapai penulis menyarankan sebaiknya segmentasi pasar digolongkan secara lebih tepat. Perusahaan juga perlu memperjelas positioning produknya dan mengintensifkan terobosan baru yang inovatif diluar kegiatan promosi.