ABSTRAK

Setiap perusahaan yang didirikan selalu berusaha untuk dapat mencapai target penjualan dalam usahanya, akan tetapi tidak semudah seperti yang kita harapkan karena dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis sangat kompetitif dan kejenuhan pasar yang semakin terasa. Dalam upaya menghadapi persaingan yang ketat, maka setiap perusahaan selalu memakai sarana promosi dalam hal ini perusahaan menggunakan *Advertising* dengan tujuan agar produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan image yang baik dibenak konsumen. Dalam hal ini PT. Citra Bumi Pandaan Megah Surabaya berusaha menawarkan produknya kepada konsumen dengan cara melakukan kegiatan *personal selling* / penjualan perorangan. Jika dilihat dari kenyataan yang muncul maka PT. Citra Bumi Pandaan Megah Surabaya lebih cenderung melakukan kegiatan promosi dalam hal ini *personal selling* sedangkan *advertising* kurang begitu diperhatikan. Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh advertising dan personal selling terhadap volume penjualan pada PT. Citra Bumi Pandaan Megah Surabaya .

Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh dari PT. Citra Bumi Pandaan Megah yang berupa laporan-laporan penjualan, aktivitas advertising dan personal selling dari tahun 1997 – 2001. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara serempak faktor advertising, dan personal selling terhadap volume penjualan dengan F hitung 88,1234 > F tabel 19,00, R^2 sebesar 98,88%. Kemudian dengan uji t variabel advertising (X_1) berpengaruh secara nyata terhadap volume penjualan dengan nilai t hitung 7,8926 > t tabel 4,3027. Variabel personal selling (X_2) berpengaruh secara nyata terhadap volume penjualan dengan nilai t hitung 9,0350 > t tabel 4,3027.

Analisis kualitatif menunjukkan bahwa personal selling merupakan faktor yang dominan dalam mempengaruhi volume penjualan pada PT. Citra Bumi Pandaan Megah Surabaya dikarenakan personal selling merupakan salah satu penunjang keberhasilan suatu perusahaan dalam mencari daerah pemasaran demi menunjang kegiatan penjualan produk plastik. Kemudian faktor advertising juga perlu diperhatikan karena bertujuan agar produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menciptakan image yang baik dibenak konsumen sehingga dapat menunjang kegiatan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan.