

## INTISARI

Saat ini pertumbuhan dunia *entertainment* semakin berkembang, tidak hanya para artis yang menjadi sorotan masyarakat, pertandingan olahragapun menjadi sarana *entertainment* baru yang diincar oleh masyarakat. Berdasarkan data penjualan tiket, antusiasme masyarakat terlihat bertambah dari tahun ke tahun, pada data tahun 2007 sampai dengan 2009 terlihat peningkatan pembelian tiket untuk menonton pertandingan basket di Indonesia. Selain itu banyak pula para fans yang membeli *merchandise* yang dipakai oleh pemain favoritnya, Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *promotion mix* pada CLS Knight Surabaya dalam upaya mencapai volume penjualan, serta mengetahui seberapa besar pengaruh *promotion mix* terhadap volume penjualan pada CLS Knight Surabaya. Adapun perusahaan yang dipilih adalah CLS Knight Surabaya di jalan kertajaya indah timur 1/1. karena klub ini adalah satu-satunya klub basket di Surabaya yang mengikuti kompetisi IBL (*international basketball league*).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari data *promotion mix* serta volume penjualan CLS Knight Surabaya pada tahun 2007-2009. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan biaya *promotion mix* terhadap volume penjualan pada CLS Knight Surabaya. Hal ini berarti semakin tinggi biaya *promotion mix*, maka volume penjualan pada CLS Knight Surabaya akan semakin meningkat.

Key words: *promotion mix*, volume penjualan, *linier regression*