

PENGARUH BIAYA PERIKLANAN DAN BIAYA PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENJUALAN RESTORAN LAWRY'S THE PRIME RIB JAKARTA

Didi Wahyudi, Sri Rakhmawati, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : promosi pemasaran

Abstraksi :

Di Indonesia banyak sekali perusahaan â perusahaan luar negeri yang memasuki pasar lokal dengan produk atau jasa yang mereka tawarkan dengan keunggulan masing â masing tanpa terkecuali pada bidang rumah makan, di Jakarta banyak sekali restaurant â restaurant luar negeri maupun dalam negeri yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Salah contoh dari restaurant luar negeri yang berada di Jakarta adalah restaurant Lawry's The Prime Rib, salah satu cara untuk dapat bersaing dengan restaurant â restaurant yang lain, restaurant Lawry's The Prime Rib menggunakan alat promosi periklanan dan promosi penjualan untuk memperkenalkan restaurant mereka agar semakin dikenal di masyarakat umum. Penulisan Ilmiah ini diharapkan dapat mengetahui pengaruh biaya periklanan dan biaya promosi penjualan terhadap penjualan yang diperoleh restoran Lawry's The Prime Rib. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh biaya periklanan dan biaya promosi penjualan terhadap penjualan perusahaan penulis menggunakan metode regresi linier berganda dan korelasi berganda. Dari hasil perhitungan regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = - 0,1562 + 0,000253 X_1 + 25,003 X_2$, koefisien korelasi yang didapat adalah 0,99 dan koefisien determinasi sebesar 99 %. Berdasarkan analisis hubungan antara besarnya biaya periklanan dan biaya promosi penjualan yang dikeluarkan perusahaan dengan peningkatan penjualan, makaterlihat bahwa antara kedua variable tersebut mempunyai hubungan yang nyata dan positif dengan kata lain bahwa penjualan sangat dipengaruhi oleh besarnya biaya periklanan dan biaya promosi penjualan.