

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN MOTOR YAMAHA PADA PT. KARYA GRAFIKA UTAMA MOTOR

Dita Anafthia Naftha, Lisna Kustamtinah, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi

Abstraksi :

Untuk meraih pangsa pasar dan mengatasi persaingan antar pengusaha otomotif yang semakin tajam, perusahaan harus memikirkan strategi pemasaran yang tepat dalam memperkenalkan produk pada konsumen. Salah satu bagian dari strategi pemasaran tersebut adalah kegiatan promosi yang tidak sedikit. Sehingga perusahaan harus memperhitungkan biaya promosi yang optimal agar biaya tersebut benar-benar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan penjualan yang merupakan tujuan utama dari perusahaan. Adapun tujuan penulisan ilmiah ini untuk mengetahui hubungan antara promosi yang dilakukan terhadap penjualan Motor Yamaha. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan metode linier sederhana di peroleh dari hasil biaya promosi tiap bulannya berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan Motor Yamaha pada PT. KARYA GRAFIKA UTAMA MOTOR, yaitu dengan melihat nilai r adalah 0,9351 dan dari persamaan $y=796.250 + 8.710.500x$, artinya besar kecilnya biaya promosi yang dikeluarkan sangat mempengaruhi penjualan Motor Yamaha yang dapat dilihat dari hubungan antara biaya promosi dengan penjualan sebesar 0,9351 artinya kuatnya hubungan antara biaya promosi terhadap penjualan Motor Yamaha. Dari hasil perhitungan Determinasi sebesar ($R^2=0,8744$) artinya sumbangan variasi naik turunnya variabel bebas secara keseluruhan terhadap variasi naik turunnya variabel terikatnya, yaitu 87,44 % sedangkan sisanya 12,56% dipengaruhi oleh faktor lain diluar promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Daftar Pustaka (1994-2002)