

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PRODUK PT .AWANDA BAKERY

Marianus Firdaus S.A.Raya, Ibu.Nenek Diah Hartanti SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi

Abstraksi :

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis sangat pesat, hal ini di tandai dengan adanya tingkat persaingan yang semakin meningkat. Mengingat hal ini, maka pelaku bisnis perlu menerapkan suatu strategi yang tepat agar dapat memenangkan persaingan dalam dunia bisnis. PT. Awanda Bakery, yang menjadi subjek penelitian ini adalah, merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan dan memasarkan produk Roti yang memenuhi kebutuhan konsumen. Pemasaran merupakan ujung tombak kelangsungan perusahaan Awanda Bakery, oleh karena itu salah satu unsure dasar keberhasilan dan keunggulan perusahaan adalah penjualan yang terbaik. Tujuan dari penulisan ilmiah ini adalah untuk mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan PT Awanda Bakery dan untuk mengetahui bagaimana hubungan serta pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan pada PT. Awanda Bakery. Adapun sampel yang di ambil adalah biaya promosi sebagai variable X dan penjualan sebagai variable Y dari kurun waktu 2003 sampai 2007. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat, positif dan searah antara biaya promosi dan hasil penjualan. Hal ini dapat terlihat dari hasil analisis korelasi linier dimana didapat nilai r sebesar 0,96, dan juga di dapat pengaruh yang positif antara biaya promosi dengan hasil penjualan, hal ini di tunjukan dengan persamaan regresi $Y = 2.105,74 + 11,30$. Daftar Pustaka (1992 - 2004)