

# **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PRODUK PADA PT. SINDE BUDI SENTOSA**

**Nurhasanah, S.TiwiAnggraeni,SE,MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : pengaruh bauran promosi

Abstraksi :

Promosi penjualan terhadap laku atau tidaknya suatu barang sangat erat hubungannya dengan volume penjualan dan kelangsungan hidup perusahaan serta menentukan jenis bauran promosi yang tepat untuk meningkatkan laba perusahaan. Penulisan ini di buat untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan PT.SINDE BUDI SENTOSA selama periode 5 tahun . metode penulisan yang di gunakan dalam penulisan ilmiah ini yaitu studi pustaka dan lapangan. Pengaruh nauran promosi pada PT.SINDE BUDI SENTOSA. Dimana dalam analisis ini di bahas 2 variabel penentu yang memepengaruhui pembeli di antaranya dalah advertising dan personal selling. Dengan analisa regresi dimana di dapat kedua variabel tersebut bahwa nilai persamaan regresi berganda  $y = 2.276 + 5,17942x_1 - 17.296x_2$  dan nilai korelasi bergandanya adalah  $0,7087 = 0,5022 = 50,22\%$  bahwa adanya pengaruh bauran promosi terhadap hasil hasil penjualan produk pada PT. SINDE BUDI SENTOSA sebesar 50,22%.Di katakan positif atau sangat kuat sekali dan sisanya di pengaruhui oleh faktor lain di luar penulisan ini , hal ini tersenut misalnya selera konsumen, pelayanan produk, lokasi pabrik.