

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. SARINAH (PERSERO)

LINA, Yusye Milawati, SE,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi pemasaran

Abstraksi :

Penulisan ini dibuat untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT.Sarinah Selama 5 Tahun. Metode penulisan yang digunakan dalam penulisan ilmiah ini yaitu Studi Pustaka dan Studi Lapangan. Promosi penjualan terhadap laku atau tidaknya suatu barang sangat erat hubungannya dengan volume penjualan dan kelangsungan hidup perusahaan serta sangat menentukan jenis promosi yang tepat untuk meningkatkan laba perusahaan. Dalam penulisan ilmiah ini, penulis memperoleh data dari PT. Sarinah yang beralamat di Jl.MH.Thamrin No.11,perusahaan ini bergerak dibidang retail. Dari hasil analisa data dengan menggunakan rumus perhitungan regresi berganda dan koefisien korelasi diperoleh kesimpulan bahwa biaya promosi sangat kuat pengaruhnya terhadap hasil penjualan dan saran yang diajukan penulis jika hasil penjualan naik adalah lebih banyak mempromosikan melalui periklanan dan publisitas.