

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN SABUN LIFEBOUY PADA PT. UNILEVER

Lutfi, Susilowati Dyah K, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi

Abstraksi :

SABUN LIFEBOUY merupakan salah satu produk unggulan PT. UNILEVER yang bergerak dibidang barang kebutuhan sehari hari seperti deterjen, pangan dan barang kosmetika, untuk mencapai hasil yang diinginkan PT. UNILEVER harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk melakukan promosi yang dapat mendukung peningkatan usahanya. Untuk mengetahui biaya promosi SABUN LIFEBOUY pada PT. UNILEVER dapat meningkatkan hasil penjualan atau tidak maka dilakukan analisa. Analisa yang digunakan adalah analisa regresi dimana $y = 646,75 + 0,36x$, yang menunjukkan bahwa perusahaan akan mendapatkan hasil penjualan sebesar 646,75 jika tanpa melakukan promosi. Dan hasil penjualan akan mengalami peningkatan untuk setiap perubahan biaya promosi 1 satuan akan diikuti oleh perubahan hasil penjualan sebesar 0,36. Dan korelasi $r = 0,98$ yang berarti mendekati ± 1 . Maka hubungan antara dua variabel yaitu x (biaya promosi) dan y (hasil penjualan) adalah searah, sangat kuat dan positif. Sedangkan koefisien determinasi atau $r^2 = 0,9604 = 96,04 \%$. Bararti sumbangan dari faktor biaya promosi terhadap hasil penjualan adalah 96,04 % sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti selera, harga, dan tingkat kepuasan.