

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN TEH BOTOL SOSRO PADA PT. SINAR SOSRO

M. Oerip. Wicaksono, Nenik Diah Hartanti, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi

Abstraksi :

PT. Sinar Sosro merupakan perusahaan teh dengan pendistribusian secara nasional. Selain pengolahan teh mentah PT Sinar Sosro menghasilkan produk siap saji. Untuk mencapai hasil yang diinginkan PT. Sinar Sosro harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk melakukan promosi yang dapat mendukung peningkatan usahanya. Untuk mengetahui biaya promosi pada PT. Sinar Sosro dapat meningkatkan hasil penjualan atau tidak maka dilakukan analisa. Analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda dimana : $Y = -3297.91 + 600.912 x_1 + 1543.78 x_2$ yang menunjukkan bahwa perusahaan akan mendapat hasil penjualan sebesar Rp. 3297.91 jika tanpa melakukan promosi. korelasi yang dihasilkan dari perhitungan sebelumnya maka didapat $r_{123} = 0.76$, yang berarti r mendekati + 1. Maka hubungan antara dua variabel yaitu x (biaya promosi) dan y (hasil penjualan) adalah sangat kuat, searah dan positif. Sedangkan koefisien determinasi atau $r^2 = 58.73\%$. Berarti sumbangan dari faktor biaya promosi terhadap hasil penjualan sebesar 58.73 %, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti selera, harga dan tingkat kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA (1993-2001)