

# **PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT. CITRA VANTITIPAN KILAT(TIKI)**

**NURAINI SETIAWATY, SUSILOWATI DYAH.K. SE,MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

ABSTRAKSI Nuraini Setiawaty. 11201441 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan Pada PT. Citra Van Titipan Kilat. PI. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Gunadarma, 2004 Kata Kunci : Biaya Promosi, Hasil Penjualan, PT. Citra Van Titipan Kilat (ix + 26 hal ) PT. Citra Van Titipan Kilat merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang khususnya pelayanan paket, dokumen, dan uang kiriman. Dan semua usaha itu dilakukan untuk merebut hati masyarakat/konsumen agar berkenan mengirimkan paket/ barangnya melalui jalur TIKI. Untuk mencapai hasil yang diinginkan PT. Citra Van Titipan Kilat harus mengeluarkan biaya untuk melakukan kegiatan promosi yang dapat mendukung peningkatan usahanya. Untuk mengetahui biaya promosi pada PT. Citra Van Titipan Kilat dapat meningkatkan hasil penjualan atau tidak maka dilakukan analisa. Analisa yang digunakan adalah analisa regresi linier  $y = 240,5 + 41,8 x$  ,yang menunjukkan bahwa nilai b 41,8 yang artinya apabila biaya promosi ( x ) di tambah sebesar 1 satuan maka hasil penjualannya ( y ) akan meningkat sebesar 41,8 dan nilai a = 240,5 Milyar menunjukkan hasil penjualan yang di dapat perusahaan. Berdasarkan perhitungan diketahui hasil koefisien korelasi  $r = 0,99$  yang berarti r mendekati + 1. Maka biaya promosi mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap hasil penjualan. Sedangkan hasil koefisien determinasi  $r^2 = 0,99 = 0,9801$  atau 98,01 % yang berarti sumbangan dari factor biaya promosi terhadap hasil penjualan adalah sebesar 98,01 %, sisanya dipengaruhi oleh produk, harga dan pendistribusian. Daftar Pustaka ( 1991 1997 ) iii