

# **PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PT. WARNA MARDHIKA**

**ROSMAWATI RENOPA, NENIK DIAH HARTANTI,SE,MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

iii ABSTRAKSI Rosmawati Renopa, 11201690 PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT. WARNA MARDHIKA. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2004 Kata Kunci : Pengaruh Biaya Promosi, PT. Warna Mardhika ( iii + 29 halaman ) Pada PT. Warna Mardhika kegiatan promosi perusahaan telah dilaksanakan dengan baik dan tepat khususnya dalam hal ini pelaksanaan kegiatan promosi yang dijalankan perusahaan selain untuk meningkatkan penjualan juga untuk menciptakan image yang baik serta mempertahankannya dari produk garmen lain yang dipasarkan. Dalam usaha untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan image yang baik serta mempertahankan produk yang dipasarkannya maka PT. Warna Mardhika melaksanakan promosinya suatu kegiatan promosi dapat dikatakan mempengaruhi hasil penjualan jika proporsi kenaikan biaya promosi lebih kecil atau sebanding dengan proporsi kenaikan hasil penjualan perusahaan. Namun naik turunnya hasil penjualan tidak hanya tergantung dari promosi saja, tetapi faktor -faktor marketing lainnya ( price, place, product ) ikut mempengaruhinya. Daftar Pustaka ( 1994-1999 )