

PENGARUH IKLAN TERHADAP HASIL PENJUALAN MOBIL BEKAS PADA KURNIA MOTOR

Ota Taufik, Sri Murtiasih, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2006

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : iklan

Abstraksi :

Dalam menerapkan sistem pemasaran perusahaan mempunyai beberapa cara diantaranya Periklanan, periklanan yang baik dapat memberikan image yang baik pula terhadap barang yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara biaya periklanan dengan volume penjualan yaitu dengan menggunakan regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koendisi determinasi dan uji t/hipotesis. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara biaya periklanan dengan volume penjualan mobil bekas pada Kurnia Motor.