

ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA PT. YONGMA MAGIC COM INDONESIA

Rusdi, Septi Mariani, SE., MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Pada dunia industri dewasa ini timbul suatu persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lain, berkaitan dengan hal tersebut maka setiap perusahaan melakukan berbagai macam kegiatan dan usaha agar dapat tetap mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, salah satu usaha yang dilakukan yaitu : dengan meningkatkan hasil penjualan dan tujuan ini dapat dicapai salah satunya dengan cara kegiatan promosi. Dari uraian tersebut maka dapat dilihat sejauh mana pengaruh promosi dalam meningkatkan hasil penjualan pada PT. Yongma Magic Com Indonesia pada tahun 2007. Dari data yang diperoleh, dengan menggunakan 2 metode yaitu dengan studi pustaka dan studi lapangan maka dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Yongma Magic Com Indonesia adalah melalui iklan tv radio, surat kabar, majalah dan papan pengumuman (Billboard), besarnya biaya promosi yang dikeluarkan dan hasil penjualan selama satu tahun (2007) adalah sebesar Rp.850.000.000,- dan Rp.2.910.110.000,- dengan rata-rata biaya promosi perbulan sebesar Rp.70.833.333,- dan pendapatan rata-rata perbulan sebesar Rp. 242.509.166,- dengan pengaruh promosi terhadap penjualan PT. Yongma Magic Com Indonesia adalah ($r = 0,875$) yang mendekati +1 maka dapat dikatakan tinggi atau kuat, hal tersebut dapat diketahui dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dan koefisien korelasi.