

PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA SIAGA MART PEJATEN TIMUR, PASAR-MINGGU

Tati Rosmayanti, Sri Redjeki, SE, MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan, siaga mart.

Abstraksi :

Mengetahui pengaruh promosi terhadap hasil penjualan merupakan pertimbangan dasar untuk mengambil kebijakan penjualan perusahaan, adapun tujuan penulisan ilmiah ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap hasil penjualan yang di terapkan pada Siaga Mart. Dari hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana yaitu $y = 110,59 + 59,07x$, maka pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan, dalam hal ini hubungan antara biaya promosi dengan hasil penjualan adalah kuat dan positif yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi $r = 0,99$ dan $R = 98\%$ yang berarti bahwa promosi sangat mempengaruhi hasil penjualan yang dicapai, sedangkan sisanya sebesar 2% dipengaruhi oleh faktor lain.