

ANALISIS PENGARUH BIAYA BAURAN PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT. ELIZA MUSNIR ETNIKINDO JAKARTA SELATAN

HANDINI, S. Tiwi Anggraeni, SE. MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : analisis pengaruh biaya

Abstraksi :

Promosi adalah arus informasi dan persuasi suatu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut arif Isnaini dalam melakukan komunikasi diperlukan cara yang dapat membuat komunikasi secara efektif dan caranya disebut bauran promosi. Penulisan ilmiah ini berjudul Analisis Pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Hasil Penjualan Pada PT. ELIZA MUSNIR ETNIKINDO, Jakarta Selatan. Dimana dalam analisis ini dibahas dua dimensi penentu yang mempengaruhi konsumen terdiri dari Advertising dan Personal Selling. Dengan analisa Regresi berganda dimana didapat dari kedua dimensi tersebut bahwa nilai persamaan Regresi Berganda $y = 10.962 \ 2,573 \ x_1 + 20,098 \ x_2$ dan nilai Kolerasi Berganda adalah $R=(0,828)^2 = 0,686 = 68,6\%$. Bahwa adanya pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Hasil Penjualan pada PT. ELIZA MUSNIR ETNIKINDO sebesar 68,6% dan sisanya ditentukan oleh faktor lain.