

**PENGARUH PUBLISITAS DAN PERSONAL SELLING
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. KRAMA
YUDHA TIGA BERLIANS MOTOR CABANG NANGGEWER
BOGOR**

WIDIASTUTI, RINA SUGIARTI, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : manajemen penjualan

Abstraksi :

Kegiatan adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau badan usaha lainnya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Promosi adalah kegiatan memasarkan dan memperkenalkan barang atau jasa kepada konsumen, baik melalui iklan koran lokal, spanduk, umbul-umbul, brosur, maupun mengikuti pameran-pameran. Kegiatan promosi yang dilakukan PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors adalah publisitas dan personal selling. Kegiatan inilah yang langsung mempengaruhi tingkat penjualan produk kendaraan bermotor PT.KTB. Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan koefisien korelasi berganda. Dari perhitungan koefisien determinasi diperoleh (r^2) sebesar 0,12 ini berarti untuk mencapai hasil penjualan dipengaruhi oleh faktor publisitas dan personal selling sebesar 12% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, seperti produk, kualitas produk, harga serta selera masyarakat. Dari hasil korelasi diperoleh (r) sebesar 0,34 ini berarti pengaruh langsung kegiatan publisitas dan personal selling yang dilakukan oleh PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors terhadap tingkat penjualan sangat kuat sekali dan positif.