

ANALISIS HUBUNGAN PROMOSI DAN PENJUALAN PADA PT.COCA COLA AMATIL INDONESIA

YANCE, BAGUS NURCAHYO,SE,MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam perusahaan, harus memiliki sistem pemasaran yang baik dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat umum. Dalam usaha memasarkan produknya diperlukan sistem pemasaran yang baik. Promosi yang dilakukan perusahaan adalah dengan melalui personal selling, iklan promosi penjualan dan publikasi. Kegiatan tersebut dilakukan semata-mata untuk meningkatkan penjualan produk, yang otomatis akan meningkatkan laba perusahaan. Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh terhadap penjualan. Dengan menganalisa data-data yang ada. Personal selling (x_1), iklan (x_2), promosi penjualan (x_3) dan publisitas (x_4) terhadap penjualan (y), maka didapatkan korelasi pada personal selling sebesar 0,827, iklan sebesar 0,910, promosi penjualan sebesar 0,074 dan publisitas sebesar -0,28. Dapat disimpulkan ada korelasi yang kuat dan positif antara penjualan dan promosi (personal selling, promosi penjualan, dan periklanan). Sedangkan pada publisitas mempunyai korelasi yang lemah dan negatif.