

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA INDUSTRI MEUBEL CV.FURINDO CIPTA

Robert, Sri Setya Handayani, SE, ME

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2005

Universitas Gunadarma

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

kata kunci :

Abstraksi :

Kita sering mengetahui bahwa setiap usaha penjualan tidak lepas dari kegiatan promosi yang ruang lingkupnya pada aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualannya, dengan itu kita perlu mengetahui promosi apa saja yang efektif dipakai untuk meningkatkan hasil penjualan industri meubel dan bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan industri meubel. Promosi yang digunakan oleh perusahaan yaitu periklan, personal selling dan promosi penjualan, untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan industri meubel menggunakan persamaan regresi, dari hasil diatas kita dapat mengetahui bahwa setiap peningkatan biaya promosi mempengaruhi hasil penjualan meubel, kita bisa lihat dari hasil penjualan selama 5 tahun terakhir yang menunjukkan peningkatan. Diketahui hasil Koefisien Korelasi $r = 0,96$ berarti r mendekati $+ 1$ yang berarti bahwa biaya promosi mempunyai pengaruh yang besar terhadap hasil penjualan. Sedangkan hasil Koefisien Determinasi adalah $r^2 = 0,92\%$ berarti sumbangan dari faktor biaya promosi terhadap hasil penjualan adalah sebesar 92%, sedangkan sisanya 8% dipengaruhi oleh faktor seperti: : faktor harga, selera, tingkat kepuasan, jumlah merek yang bertambah, banyak merek yang terlihat sama.