

PENGARUH IKLAN DAN KEHUMASAN TERHADAP PENJUALAN RUMAH MAKAN NASI TIMBEL RAHMA.

Donny Virgorito, Susilowati Dyah K, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : penjualan

Abstraksi :

Berpromosi adalah suatu kegiatan yang sangat perlu dilakukan oleh setiap usaha untuk memberitahukan, memperkenalkan dan membujuk konsumen agar bersedia mencoba, serta mengingatkan konsumen agar selanjutnya tetap menggunakan produk yang dihasilkan. Berpromosi berkaitan erat dengan besarnya biaya yang akan dikeluarkan oleh suatu usaha dan besarnya biaya inilah yang harus menjadi perhatian karena suatu usaha harus memikirkan besarnya biaya lain yang akan dikeluarkannya. Dalam penulisan ini, penulis ingin mengetahui kegiatan penjualan yang dilakukan oleh Rumah Makan Nasi Timbel RAHMA dan mengetahui pengaruh Iklan dan Kehumasan terhadap penjualan sebagai variabel Y dari kurun waktu 2006 - 2008. Dalam penulisan ini untuk menganalisa data menggunakan metode kuantitatif yang terdiri dari rumus : Analisa Regresi Berganda, Koefisien Determinasi, Koefisien Korelasi Berganda. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat hubungan antara biaya iklan dan kehumasan dengan hasil penjualan. Hal ini dapat terlihat dari hasil analisa koefisien korelasi yang positif sebesar 54.6 dan serta diperoleh juga nilai korelasi pengaruh biaya Iklan dan Kehumasan terhadap hasil penjualan sebesar 7.39 % dan hasil analisa regresi berganda didapat persamaan regresinya adalah : $Y = 13.683 + - 0.0122 x_1 + 0.228 x_2$ hasil persamaan tersebut menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh nyata terhadap hasil penjualan.