

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ROTIHARUM SARI

ERTILLAH YANUARTY ISNAENY, TRI WAHYU NINGSIH, SS.,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi kehidupan suatu perusahaan. Dengan adanya kegiatan pemasaran, kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu barang dapat terpenuhi. Selain itu, pemasaran juga merupakan suatu kegiatan untuk mendekatkan produsen kepada konsumen, sehingga akhirnya akan mempengaruhi tingkat penjualan produk atau jasa perusahaan. Menyadari pentingnya pemasaran dalam menunjang keberhasilan penjualan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada masyarakat, maka salah satu cara yang harus dilakukan perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran adalah dengan promosi. Promosi adalah upaya untuk meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan, dengan cara memberikan informasi kepada masyarakat tentang adanya suatu produk yang mempunyai daya guna tertentu untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hasil analisa biaya promosi terhadap volume penjualan pada perusahaan Roti Harum Sari berdasarkan perhitungan menggunakan analisis regresi linear sederhana diketahui $a = 127301,5698$ dan $b = 9,7369$ sehingga $y = a + bX$; $y = 127301,5698 + 9,7369X$. Sedangkan hasil perhitungan menggunakan analisis koefisien korelasi sebesar $r = 0,99$ dan hasil perhitungan analisis koefisien determinasi sebesar 98,01 %.