

# **PENGARUH BIAYA PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA PT. RESTU MAHKOTA KARYA**

**Astri Apriani, Rofiah, SE, MM.**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Perkembangan bisnis yang semakin pesat dalam alat transportasi khususnya kendaraan bermotor, memotivasi penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT. Restu Mahkota Karya Cabang Depok yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang dealer kendaraan khususnya Suzuki. Penelitian yang penulis lakukan dalam penulisan ilmiah ini, adalah untuk melihat sejauhmana pengaruh dari biaya promosi penjualan dalam hubungannya dengan peningkatan penjualan dan untuk mengetahui penetapan jenis-jenis biaya promosi penjualan yang dikeluarkan perusahaan. Dalam hal ini penulis menggunakan pengujian statistik dengan analisa Koefisien Korelasi yang dikembangkan oleh Pearson dan Koefisien Determinasi, sehingga diperlukan dua variabel yaitu biaya promosi penjualan sebagai variabel X dan tingkat penjualan sebagai variabel Y. Dari hasil pembahasan yang dilakukan, ternyata didapatkan nilai r (koefisien korelasi) sebesar 0,9364 dan koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,8768; berarti r memenuhi syarat karena berada diantara negatif 1 (-1) dan positif (+1).