

HUBUNGAN BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN BUKU SD, SMP PADA CV. PIONIR AGUNG

MONA MARISSA, TRI WAHYU RETNO NINGSIH,SS,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Strategi pemasaran adalah strategi yang sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan memasuki program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut, strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkait, kelima elemen tersebut adalah : Pemilihan pasar, Perencanaan produk, Penetapan harga sistem distribusi, Promosi penjualan. Hasil analisa biaya promosi terhadap penjualan dengan menggunakan regresi linier sederhana yaitu sebesar $a = 50,47$ merupakan besarnya hasil penjualan (y) yang diperoleh perusahaan apabila perusahaan tidak mengeluarkan biaya promosi ($X=0$), nilai $b = 9,8$ artinya bahwa setiap perubahan biaya promosi misalkan sebesar satuan ($X=1$) akan diikuti oleh perubahan hasil penjualan sebesar 9,87 hasil dari persamaan $y = a + bX$; $y = 50,47 + 9,8X$ menunjukkan bahwa besar kecilnya biaya promosi akan mempengaruhi hasil penjualan.