

PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA PT. DWI PERKASA MOBILTAMA

TRIANA APRILIANI, Heru Purnomo, SE., MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan biaya promosi penjualan terhadap hasil penjualan pada PT. DWI PERKASA MOBILTAMA, Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian lapangan (Field Research), yaitu dengan wawancara langsung mengenai obyek dan permasalahan yang dihadapi, dan penelitian kepustakaan (Library Research), yaitu dengan membaca berbagai buku sebagai sumber yang dipergunakan untuk menganalisis data. Analisis yang digunakan adalah Koefisien Regresi Linier Sederhana, Koefisien Korelasi Sederhana dan Koefisien Determinasi. Berdasarkan perhitungan dengan metode Koefisien Regresi Linier Sederhana dapat diketahui $Y = 138,5 + 23,2 X$. Untuk hasil analisis Koefisien Korelasi (r) = 0,978 yang berarti terdapat hubungan erat antara biaya promosi terhadap hasil penjualan sehingga biaya promosi yang dikeluarkan berperan dalam meningkatkan penjualan. Sedangkan Koefisien Determinasi sebesar 95,6%, artinya bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap hasil penjualan dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yaitu produk, tempat dan harga.