

PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT. PARAMULTI FINANCIAL

DENNY NOVTHIAR, MUHAMMAD YUNANTO, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi pemasaran

Abstraksi :

Pada penulisan ilmiah ini, membahas tentang Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan Pada PT. Paramulti Financial. Karena biaya promosi merupakan aspek yang sangat penting dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan didalam dunia usaha. Setelah dilakukan analisis dari data yang diperoleh dari PT. Paramulti Financial dengan menggunakan analisa Regresi Berganda dan Koefisien Korelasi Berganda maka menghasilkan kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh yang kuat antara biaya promosi penjualan(X1) dan biaya periklanan(X2) terhadap hasil penjualan(Y) pada PT. Paramulti Financial.