

# **PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT. SCTI INDONESIA**

**ESA SIGID PRASOJO, RINA SUGIARTI,IR,MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Penulis mengambil judul ini karena penulis ingin mengetahui apakah biaya promosi dapat mempengaruhi terhadap hasil dari penjualan pada kain tekstil yang diproduksi PT. SCTI Indonesia. Dan dapat dinyatakan bahwa penjualan kain tekstil merupakan salah satu strategi distribusi, promosi atau iklan, dan kebijakan penetapan harga yang akan dipengaruhi tingkat penjualan. Metode yang digunakan dalam penulisan ilmiah ini adalah Metode Analisis Regresi Berganda dan Analisis Korelasi. Dari hasil pembahasan ditarik kesimpulan bahwa iklan dan personal selling cukup penting tetapi kita juga dapat melihat ada faktor-faktor lain yang mempengaruhinya, hal seperti itu misalkan selera konsumen yang kita sendiri tidak dapat diduga, kemudian mungkin mengenai jaringan pelayanan yang dikaitkan dengan tingkat pendapatan masyarakat atau hal-hal lain yang kesemuanya perlu menjadi pertimbangan bagi para pimpinan perusahaan.