

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP
PENINGKATAN HASIL PENJUALAN PRODUK SLIMMING
TEA PADA PT MUSTIKA RATU**

FEBRIA YASMIN, ELY SAPTO UTOMO, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Setiap perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar, masing-masing berkeinginan untuk meningkatkan hasil penjualan agar perusahaan dapat berjalan lebih baik. Pencapaian hasil penjualan merupakan salah satu tujuan dari perusahaan. Hasil penjualan dapat dicapai jika adanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan untuk itu perusahaan harus mengeluarkan biaya promosi agar hasil penjualan meningkat. Konsumen akan lebih mudah mengetahui dan mengenal suatu produk karena adanya promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan.