

# **ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK DOUGHNUT PADA KRISPY KREME PONDOK INDAH MAL**

**Ade Irwan romadhoni, Drs.Tri Budiarta . MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi - penjualan

Abstraksi :

Dewasa ini semakin banyak perusahaan asing yang mencoba memasuki pasar perdagangan di Indonesia. tak terkecuali industri makanan retail atau restoran . Dengan semakin banyaknya perusahaan makanan yang ada , diperlukan suatu kesiapan perusahaan untuk persaingan yang sehat. Untuk itulah di adakan konsep promosi yang baik. Penulisan ilmiah ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana promosi yang diterapkan krispy kreme Doghnut area pondok indah mall dan untuk menghasilkan tingkat penjualan berdasarkan data yang diperoleh pada bulan Juli sampai dengan Desember 2008. Penulisan ilmiah ini melakukan metode pengambilan data dengan cara observasi mendatangi objek penelitian yaitu krispy kreme doughnut Pondok Indah Mall (studi lapangan ) , sedangkan pengumpulan teori dengan membaca berbagai referensi yang relevan dengan tema penulisan ( Studi pustaka ). Selanjutnya kedua analisis tersebut di uji dengan menggunakan uji Hipotesis , untuk mengetahui seberapa kuat Pengaruh yang terjadi antara 2 variabel tersebut. Dari data yang diperoleh terdapat 2 variabel yang dianalisa yaitu, biaya promosi dan tingkat penjualan doughnut. Dari data variabel didapat bahwa biaya promosi mengalami peningkatan dari bulan Juli sampai dengan Desember 2008. Sementara untuk penjualan Dughnut mengalami penurunan di bulan September dikarenakan adanya pembukaan gerai baru. Sedangkan di bulan lainnya penjualan mengalami peningkatan. Dari hasil penelitian didapat kesimpulan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan sangat mempengaruhi tingkat penjualan doughnut.