

# **PENGARUH PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA CV. ANUGERAH DIAN MANDIRI**

**Anwar Sahid Kurniawan, RISKAYANTO,SE,MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : hasil penjualan

Abstraksi :

Program pemasaran yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan secara umum meliputi 7 kegiatan yang dikenal dengan sebutan Marketing Mix atau bauran pemasaran, yaitu product, price, placement, promotion, people, process, dan physical evidence. Pada penelitian ini penulis memiliki tujuan penulisan yaitu mengetahui promosi penjualan apa saja yang digunakan oleh CV. Anugerah Dian Mandiri untuk memasarkan produknya, mengetahui hubungan antara promosi penjualan dengan hasil penjualannya, dan mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap hasil penjualan CV. Anugerah Dian Mandiri. Pada penelitian ini dapat diperoleh hasil yaitu hubungan biaya promosi dengan hasil penjualan produk CV. Anugerah Dian Mandiri menunjukkan hubungan yang kuat dan positif ditunjukkan oleh hasil perhitungan koefisien korelasi ( $r$ ) = 0,9832 dan persamaan regresinya:  $y = - 12,586 + 13,2x$  serta hasil perhitungan Koefisien determinasi adalah sebesar 96,66 %.