

STRATEGI BAURAN PROMOSI TERHADAP UPAYA PENINGKATAN HASIL PENJUALAN RUMAH TYPE MAISONETTE OLEH PT MEGAPOLITAN GROUP

FITA KRISTIANTI, Priyo Purwanto, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi

Abstraksi :

Penulis memberi judul **STRATEGI BAURAN PROMOSI TERHADAP UPAYA PENINGKATAN HASIL PENJUALAN RUMAH TYPE MAISONETTE OLEH PT MEGAPOLITAN GROUP**. Penulisan ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap penjualan dengan menggunakan metode analisis regresi berganda, koefisien korelasi, dan Koefisien determinasi. Penulis memperoleh data data dengan cara melakukan interview dan observasi pada PT. Megapolitan Group. Setelah penulis mendapatkan data biaya promosi dan hasil penjualan, maka penulis menggunakan tiga metode analisa yaitu : regresi berganda, korelasi dan determinasi. Dari hasil perhitungan yang diperoleh maka, perusahaan dapat mengetahui bahwa seluruh bentuk kegiatan promosi yang dilaksanakan sangat mempengaruhi hasil penjualan. Hal ini ditandai dengan nilai koefisien regresi $Y = 1.475,77 + 43,89 X_1 + 15,58 X_2 - 13,50 X_3$, nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,974 atau promosi mempengaruhi penjualan sebesar 94,9% dan sisanya yaitu sebesar 5,1% dipengaruhi oleh factor lain diantaranya harga, produk, dan selera.