

PENGARUH PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT. KENLEE INDONESIA

LAILATUN NUZLIYYAH, SUGIHARTI BINASTUTI, SE

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Penulis memberi judul **PENGARUH PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT.KENLEE INDONESIA**. Penulisan Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan dengan menggunakan metode analisis regresi berganda, koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Penulis memperoleh data data dengan cara melakukan interview dan observasi pada PT.Kenlee Indonesia. Setelah penulis mendapatkan data biaya promosi dan hasil penjualan, maka penulis menggunakan tiga metode analisa regresi berganda. Dari hasil perhitungan, perusahaan dapat mengetahui bahwa seluruh bentuk kegiatan promosi yang dilaksanakan sangat mempengaruhi hasil penjualan. Hal ini ditandai dengan nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,966 dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,933 atau promosi mempengaruhi penjualan sebesar 93,3 % dan sisanya yaitu sebesar 6,7 % dipengaruhi oleh faktor lain diantaranya harga, produk, dan tempat. Dari pengujian hipotesis, diperoleh hasil bahwa H_0 ditolak atau dengan kata lain promosi berpengaruh terhadap hasil penjualan.