

# **ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA TOKO VALLIKE MAYESTIK**

**RIFQAN AZHARI, SRI MURTIASIH, SE, MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Dalam penulisan ilmiah ini, penulis mengambil pokok permasalahan pada analisis pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan pakaian dan barang lainnya pada toko Vallike dari mulai tahun 2002-2006. Setelah melakukan perhitungan, menurut penulis pengaruh antara biaya promosi (promosi konsumen dan dagang) terhadap hasil penjualan yang dilakukan oleh toko Vallike sangat menunjang. Penulis menggunakan metode statistik dengan menggunakan metode regresi berganda dan koefisien korelasi berganda. Berdasarkan hasil analisis uji statistik, biaya promosi terhadap hasil penjualan, penulis menyimpulkan ada hubungan yang kuat dan positif. Dari hasil perhitungan didapat persamaan regresi bergandanya :  $y = 153,45 + 31,9x_1 + 76,4x_2$  ini berarti, jika perusahaan tidak mengeluarkan biaya untuk promosi maka hasil penjualan yang dicapai adalah 153,45 (dalam jutaan rupiah), akan tetapi jika perusahaan mengeluarkan biaya untuk promosi maka akan terjadi kenaikan hasil penjualan sebesar 31,9 dan 76,4 (dalam jutaan rupiah). Dari perhitungan korelasinya diketahui tingkat keeratan antara biaya promosi terhadap hasil penjualan bersifat kuat dan searah yaitu sebesar 0.98.