

# **PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK KOMPUTEREDUCATION (STUDI PADA PT.BANGUN SATYA WACANA)**

**AGUSTINUS TRI MULYADI, PRIYO PURWANTO,SE.,MM.**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2003

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

ABSTRAKS Agustinus Tri Mulyadi, 10297121 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Produk Komputer Education Pada PT.Bangun Satya Wacana. PI Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma 2003. Kata kunci : Promosi Volume Penjualan. ( 39 + 32 + lampiran ) Promosi adalah salah satu peran yang sangat penting didalam pemasaran produk yang ada di setiap perusahaan, karena dengan promosi perusahaan akan lebih mudah dalam melakukan pendekatan pendekatan terhadap calon konsumen. Dengan tahap tahap yang ditempuh oleh perusahaan seperti Personal Selling, Advertising, Publishing dan Sales Promotion, maka perusahaan dapat memilih tahap tahap promosi yang akan dipilih sehingga dalam mengeluarkan biaya promosi benar benar dapat mempengaruhi penjualan.Di dalam tulisan ini membahas pengaruh dari biaya promosi terhadap volume penjualan suatu produk dengan menggunakan regresi linier sederhana, sehingga akan diperoleh rumusan tentang hubungan antara biaya promosi dengan penjualan kearah positif ( ada hubungan ) atau negatif ( tdk ada hubungan ).Dengan demikian akan diketahui seberapa besar manfaat biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap penjualan produknya. Daftar Pustaka ( 1988 1995 )