

RINGKASAN

ERVINA “PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT BATIK DANAR HADI CABANG MEDAN”. Dibawah Bimbingan (Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM, Sebagai Pembimbing I, dan Hery Syahril, SE, Msi, Sebagai Pembimbing II).

Kegiatan pemasaran merupakan hal terpenting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan volume penjualan. Untuk meningkatkan volume penjualan dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan, tidak hanya mengembangkan produk, menggunakan saluran distribusi dan saluran harga yang tetap tapi juga didukung strategi pemasaran yang dapat menarik konsumen.

Informasi tersebut digunakan oleh para perusahaan untuk membuat keputusan/langkah-langkah apa yang akan diambil agar tercapai tujuan perusahaan yaitu salah satunya adalah promosi. Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan volume penjualan, karena untuk menyampaikan informasi kepada konsumen guna mencapai volume penjualan batik sehingga mendorong peningkatan volume penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap volume penjualan pada PT. Batik Danar Hadi Cabang Medan. Jenis penelitian ini mempunyai sifat asosiatif yaitu mempunyai hubungan antara variabel yang diteliti dengan variabel yang lain. Maksudnya ada keterkaitan antara promosi dan volume penjualan sehingga membentuk suatu kesatuan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada PT. Batik Danar Hadi Cabang Medan yang berjumlah 30 orang konsumen. Sedangkan tehnik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/*observasi* dan penyebaran angket pada responden yang dijadikan sampel penelitian serta data skunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana dengan memakai program *software SPSS*.

Berdasarkan hasil perhitungan didapat Konstanta bernilai $Y = 14,130 + 0.642X + e$ persamaan tersebut memperlihatkan bahwa variabel bebas menunjukkan (promosi) memiliki koefisien yang positif, berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang searah terhadap volume penjualan. Nilai t_{hitung} merupakan sebuah nilai statistik dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikan $\alpha = 5\%$. Nilai $t_{tabel} = 2,042$ dan t_{hitung} adalah $= 2,304$. Hasil uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikan adalah $0.000 < \alpha = 0.05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,642 artinya apabila promosi ditingkatkan maka volume penjualan meningkat. Dapat ditarik kesimpulan yaitu promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan batik, pada PT. batik Danar Hadi Cabang Medan.

Kata Kunci : Promosi, Volume Penjualan