

RINGKASAN

KARIM. NPM. 06.833.0123. "Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Surat Kabar Pada PT. Suara Masa Medan". Skripsi 2010.

Kebijakan manajemen merupakan penetapan strategi dan prosedur-prosedur yang dikumpulkan oleh masing-masing yang bergerak dalam bidang pemasaran yang terdiri atas sistem pelaporan internal/catatan internal perusahaan, intelijen pemasaran, riset pemasaran dan analisis pendukung pemasaran.

Data-data dan informasi-informasi tersebut digunakan oleh para Manager bagian pemasaran untuk membuat suatu keputusan/langkah-langkah apa yang akan diambil agar tercapai tujuan perusahaan, yaitu peningkatan omset penjualan koran perusahaan sehingga akan mendorong peningkatan laba perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui promosi yang dilakukan pada PT. Suara Masa Medan, untuk mengetahui tingkat penjualan surat kabar pada PT. Suara Masa Medan dan untuk mengetahui peranan promosi yang dilaksanakan dalam meningkatkan penjualan surat kabar pada PT. Suara Masa Medan. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah pengamatan, wawancara dan penyebaran angket. Sedangkan teknik analisis data yang penulis gunakan adalah korelasi *product moment* Karl Pearson.

Berdasarkan hasil perhitungan didapat r_{xy} hitung ($0,622 > 0,361$) r_{xy} tabel. Ini berarti promosi berperan dalam meningkatkan penjualan surat kabar pada PT. Suara Masa Medan dengan kategori kuat dan berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari pengujian uji t dapat disimpulkan bahwa promosi berperan dalam meningkatkan penjualan surat kabar pada PT. Suara Masa Medan. Jadi untuk taraf signifikansi $0,05\%$ dan derajat kepercayaan 95% . $dk = 30 - 2 = 28$ adalah t tabel = $2,048$ (tabel terlampir). Dari hasil pengujian ternyata $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $4,208 > 2,048$. Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat ditarik kesimpulan yaitu promosi berperan dalam meningkatkan penjualan surat kabar pada PT. Suara Masa Medan. Besarnya kontribusi variabel promosi dalam meningkatkan penjualan surat kabar adalah $38,68\%$, sisanya $61,32\%$ dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor tersebut tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Penjualan Surat Kabar.