

## ABSTRAK

**Nani Wina Dora.S,**

### **“ Pengaruh promosi Terhadap Peningkatan Volume penjualan Pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan”**

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang aktivitasnya berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar konsumen bersedia membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Banyak kompetitor dalam usaha yang sama dengan berbagai kelebihan yang dimiliki, maka perusahaan dituntut untuk melakukan upaya promosi sebagai media untuk menarik konsumen, adapun manfaat dilakukannya promosi adalah untuk dapat meningkatkan volume penjualan sesuai dengan target yang diharapkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan. Data dianalisis dan diolah dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan pengolahan data SPSS maka diketahui promosi mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap peningkatan volume penjualan yakni persentase sumbangan variabel  $x$  terhadap variabel  $y$  sebesar 98,4% , hal itu juga dibuktikan dengan angka  $R$  sebesar 0.992. karena nilai korelasinya ganda berada diantara 0,80 - 1,000, kesimpulannya bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara variabel  $X$  terhadap  $Y$ . maka kenaikan jumlah biaya promosi selalu diikuti oleh kenaikan volume penjualan.

Uji hipotesis yakni pada uji simultan hasil yang diperoleh adalah  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima maka Kesimpulannya variabel  $X$  yakni (promosi) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel  $Y$  (volume penjualan pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan) dengan nilai signifikan sebesar 0,001.

**Kata kunci : Biaya Promosi , Volume Penjualan.**