

ABSTRAK

Sefi Zwi Yanti, "Pelaksanaan Sales Promotion yang Efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Tropica Mas Medan" Dibawah bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd, selaku pembimbing I dan Bapak Nur Ridha, SE, Msi selaku ketua pembimbing II.

sales promotion adalah bagian terpenting dari promosi dan merupakan segala bentuk penawaran atau intensif pendek yang ditujukan bagi pembeli, pengecer atau pedagang grosir dan dirancang untuk memperoleh respon spesifik, Banyak kompetitor dalam usaha yang sama dengan berbagai kelebihan yang dimiliki, maka perusahaan dituntut untuk melakukan upaya *sales promotion* sebagai media untuk menarik konsumen Adapun manfaat dilakukannya *sales promotion* adalah untuk dapat merangsang minat pembeli dengan spontan karena itu dilakukan dengan bermacam-macam media seperti, pemberian diskon, kupon, Produk sample gratis, undian, hadiah dan lain-lain.

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pelaksanaan *sales promotion* dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Tropica Mas Medan. Data dianalisis dan diolah dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan maka diketahui bahwa pelaksanaan *sales promotion* yang efektif dapat meningkatkan volume penjualan, yakni persentase sumbangan variabel x terhadap variabel y sebesar 0,688 dan sisanya dipengaruhi oleh factor-faktor diluar perusahaan sebesar 0,312. hal itu juga dibuktikan dengan angka R sebesar 0.919. karena nilai korelasinya ganda berada diantara 0,80 - 1,000, kesimpulnya 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 t hasil yang diperoleh adalah H_0 ditolak, dan H_a diterima maka Kesimpulannya variabel X yakni (*Sales Promotion*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Tropica Mas Medan)

Kata kunci : *Sales Promotion*, Volume Penjualan.