

ABSTRAK

SURIAND CAHAYA NPM. 08.8320014. "Pengaruh Antara Biaya Promosi Dengan Tingkat Penjualan Air Mineal aQua Pada PT. Tirta Investama Medan". Skripsi 2012

Promosi merupakan suatu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapa tidak berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin akan berguna bagi konsumen, sehingga konsumen tidak akan membelinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara biaya promosi dengan tingkat penjualan air mineral aQua pada PT. Tirta Investama Medan.

Hasil analisis data dengan metode analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa variabel biaya promosi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan (Y) dengan nilai koefisien regresi X (b_1) = 47,957. Berdasarkan uji heteroskedastisitas diperoleh bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi yang digunakan layak pakai untuk memprediksi pengaruh antara biaya promosi dengan tingkat penjualan air mineral aQua. Berdasarkan uji normalitas diperoleh bahwa variabel biaya promosi dan variabel penjualan terdistribusi secara normal. Selanjutnya dari pengujian koefisien korelasi (R) diperoleh nilai sebesar 0,958. Artinya terdapat hubungan yang sangat erat dan positif antara variabel biaya promosi terhadap variabel penjualan. Kemudian dari pengujian koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,917. Artinya bahwa peningkatan penjualan air mineral dipengaruhi oleh variabel biaya promosi sebesar 91,7%.

Hasil uji t hitung dua arah diperoleh nilai t tabel. Artinya variabel biaya promosi (X) adalah 9,40 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,30. Artinya variabel biaya promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap penjualan.

Kata kunci : Biaya Promosi, Penjualan.

