

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh promosi terhadap volume penjualan di PT. Sharp Electronics Indonesia tahun 2008F – 2010F. Data diperoleh melalui laporan keuangan Sharp tahun 2008F-2010F, juga dari department promotion untuk mengetahui mengenai alat-alat promosi yang digunakan. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara biaya promosi dengan volume penjualan dan manfaatnya agar dapat memberikan sumbangan yang berharga bagi PT. Sharp Electronics Indonesia dan perusahaan lainnya yang sejenis.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara biaya promosi dengan hasil penjualan. Hal ini dapat dilihat dari hasil data olahan spss terdapat koefisien korelasi sebesar 0,869 sesuai dengan table pada hal.66 maka hubungan antara biaya promosi dengan volume penjualan adalah sangat kuat, karena tanda pada angka koefisien korelasi adalah positif artinya jika biaya promosi naik, maka volume penjualan meningkat.

Selain itu, berdasarkan Analisa koefisien determinasi (KD) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi biaya promosi terhadap biaya penjualan pada PT. Sharp Electronics Indonesia. Nilai r akan mempunyai range antara 0 – 1 apabila nilai r ini semakin mendekati 1 maka akan semakin kuat atau semakin besar hubungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Disarankan kepada peneliti lain untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda.

Kata kunci : Biaya Promosi, Volume Penjualan