

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi promosi penjualan dengan sistem cara bayar terhadap penjualan kios pada PT. Jakarta Realty. Dengan menggunakan data sekunder yang langsung didapat dari data laporan penjualan yang dikeluarkan oleh PT. Jakarta Realty.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji F, dan uji t. Regresi berganda digunakan untuk menggambarkan model hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji F sering disebut uji simultan, yang digunakan untuk menguji apakah variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel dependen atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (sistem cara bayar) terhadap variabel dependen (penjualan).

Berdasarkan hasil dari penelitian ini telah menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Strategi Promosi Penjualan dengan Sistem Cara Bayar terhadap Penjualan Kios pada PT. Jakarta Realty.