

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh antara promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan. Alat pengukur data yang digunakan adalah kuesioner yang dibuat dua variabel yaitu Promosi Penjualan dan Volume Penjualan. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 85 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Distributor rokok Djarum di PT. Sumber Adi Cipta Adi Niaga. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*, yaitu dengan kata lain populasi dianggap homogeny, dengan jumlah kelonggaran ketidaktekeltiann karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10% .

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Uji t menunjukkan bahwa t hitung memiliki nilai > dari t tabel (11,969 % > 1,980 %) dengan signifikan < 0.05. dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap volume penjualan. Sedangkan kontribusi promosi penjualan terhadap volume penjualan sebesar 63,3 % dan sisanya 36,7 % dipengaruhi oleh faktor – faktor lain diluar promosi penjualan.

Kata kunci : promosi penjualan, volume penjualan.