

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh promosi terhadap volume penjualan PT Mayora Indah Tbk. Tahun 2007-2010. Data diperoleh melalui laporan keuangan Mayora tahun 2007-2010, juga dari internet untuk mengetahui informasi dan berita yang terkait dengan PT Mayora Indah Tbk sebagai *Listed Company*. Analisis yang digunakan adalah Analisis regresi sederhana dengan 2 (dua) variabel yaitu variabel dependent adalah biaya promosi (X), dan variabel independent adalah volume penjualan (Y).

Pengujian hipotesis menggunakan uji hipotesis dengan uji t, untuk menguji signifikansi angka konstanta dan variable dependent (promosi), dimana tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%, sehingga tingkat presisi atau batas kesalahan (α)=5%. Hasil pengujian hipotesis adalah ada pengaruh yang signifikan antara biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan dengan volume penjualan yang didapatkan PT Mayora Indah Tbk

Kata kunci : promosi, volume penjualan