ABSTRAK

Penulis melakukan penelitian Hubungan Biaya Promosi terhadap volume Penjualan PT.Arwana Citra Mlulia.Tbk, yang bergerak di bidang Industri keramik. Hal-hal yang melatarbelakangi penulis memilih topik penelitian ini adalah setiap masing-masing perusahaan memiliki masalah-masalah yang menonjol dan sering terjadi adanya Hubungan antara kebijakan biaya yang di keluarkan perusahaan terhadap hasil penjualan . Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mngetahui seberapa kuat hubungan antara Biaya promosi dengan Volume penjualan dan manfaatnya agar dapat memberikan sumbangan yang berharga bagi PT. Arwana Citra Mulia. Tbkdan perusahaan lainnya yang sejenis.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara Biaya Promosi dengan hasil Penjualan . Hal ini dapat dilihat dari rata-rata responden yang memiliki persepsi dan penilaian positif terhadap Pendidikan dan pelatihan. Selain itu, berdasarkan analisis statistik dan korelasi menunjukkan terdapat koefisien korelasi sebesar 0,99. karena nilainya mendekati 1 maka hubungan antar biaya promosi dan volume penjualan sangat kuat

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

Kata kunci: Biaya Promosi , Volume Penjualan