

ABSTRAK

Nama: **Lia Inayatika**, 131401345, judul skripsi: **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan RKL*B Avenue* (Periode 2014-2016)**.

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu, agar tujuan perusahaan dapat tercapai diperlukan strategi promosi yang efektif. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan tentu saja memerlukan anggaran yang cukup memadai agar tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan penjualan dapat tercapai. Sasaran promosi dapat tercapai apabila perusahaan mengalokasikan biaya promosi yang memadai diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana korelasi biaya promosi terhadap volume penjualan di RKL*B Avenue* Periode 2014-2016? 2) Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan di RKL*B Avenue* Periode 2014-2016?

Sedangkan tujuan penelitian yaitu: 1) Untuk menganalisis apakah ada korelasi biaya promosi terhadap volume penjualan di RKL*B Avenue*. 2) untuk menganalisis apakah ada pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan di RKL*B Avenue*.

Penelitian ini dilakukan di toko baju RKL*B Avenue* di Jl. Raya Cilegon km. 07 Pelamunan – Kramatwatu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, data yang digunakan adalah data sekunder. Penelitian ini menggunakan uji analisis yaitu: uji koefisien korelasi, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana, dan uji hipotesis t.

Berdasarkan hasil pengujian bahwa terdapat nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,622 atau 62.2. yang berarti tingkat hubungan antara variabel biaya promosi terhadap volume penjualan adalah kuat dikarenakan berada dalam interval koefisien (0,60 – 0,799). Nilai t_{hitung} sebesar 4.627 dan nilai t_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ $df (n-k-1) = (36-1-1) = 34$ maka besar $t_{tabel} = 2.032$ Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.627 > 2.032$) dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, dikatakan signifikansi, yang artinya secara parsial variabel independen yakni (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yakni (Y), maka hipotesis diterima. Yang berarti bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan di RKL*B Avenue*.

Kata Kunci : Biaya Promosi, Volume Penjualan