

ABSTRAK

Nama: Yudi Setiawan, NIM: 131401246, JudulSkripsi: *Pengaruh Promosi Terhadap Pendapatan (Studi di Counter Aluk Reload Anyer)*

Kemajuan teknologi saat ini sangat berkembang pesat dan membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi tersebut merupakan banyak hal serta merambah berbagai aspek kehidupan, mulai dari bisnis hingga pendidikan. Pada prinsipnya teknologi ini berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia agar dalam kehidupannya dapat lebih mudah berkomunikasi ataupun melakukan sesuatu. Namun dari segala efek positif yang diterima oleh manusia terdapat pula berbagai efek negatif, baik secara fisik dan mental.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:(1) Apakah promosi berpengaruh terhadap Pendapatan di *Counters* Aluk Reload Anyer. (2) Seberapa besar tingkat pengaruh Media promosi terhadap Pendapatan di *Counters* Aluk Reload Anyer.

Adapun tujuan penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh promosi terhadap pendapatan di *Counters* Aluk Reload Anyer. (2) Untuk mengetahui berapa besar tingkat pengaruh promosi terhadap Pendapatan di *Counters* Aluk Reload Anyer.

Penelitian ini dilaksanakan pada *Counter* Aluk Reload Anyer dengan jumlah 36 sampel dari laporan trend promosi tahun 2014-2016. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan teknik pengumpulan data: observasi, studi dokumentasi, dan wawancara. Dilengkapi juga dengan studi kepustakaan yakni mencari berbagai sumber referensi seperti buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan. Sedangkan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Uji normalitas. 2) Uji heteroskedastisitas. 3) Analisis regresi sederhana. 4) Analisis koefisien korelasi. 5) Koefisien determinasi. 6) Uji hipotesis.

Kesimpulannya, Dari hasil uji t hitung $2,603 > t_{table} 1,690$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya bahwa Media Promosi berpengaruh terhadap Pendapatan.

Nilai R square sebesar 0,166 atau sebesar 16% yang artinya variabel X (Promosi) mempengaruhi variabel Y (Pendapatan) sebesar 16% dan sisanya 84% dipengaruhi factor lain diluar model, misalnya merk barang, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.