

ABSTRAK

Nama: **Neti Khoirunisa**, NIM: **151401648**, Judul Skripsi: **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Ditinjau dari Ekonomi Syariah (Study Kasus PT.Global Energy Multazam Periode 2016-2019)”**.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Dari uraian tersebut penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: 1) Bagaimana strategi promosi yang dilakukan di PT.Global Energy Multazam Ciracas Serang? 2) Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan PT. Global Energy Multazam Ciracas Serang?.

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah: 1) Untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan di PT.Global Energy Multazam. 2) Untuk menganalisis pengaruh biaya promosi yang dilakukan terhadap peningkatan volume penjualan di PT.Global Energy Multazam.

Metode dalam penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan letak pengumpulan data sekunder dan penelitian kepustakaan serta wawancara dengan tanya jawab karyawan secara tatap muka langsung. Dengan uji Asumsi Klasik yakni: Normalitas, Autokorelasi, Heteroskedastisitas, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji Hipotesis: Uji t, Uji Koefisien Korelasi, serta Uji Koefisien Determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Biaya Promosi berpengaruh secara signifikan Terhadap Volume Penjualan dengan nilai t tabel sebesar 1,68709. Sehingga jika nilai t hitung (7,011) > t tabel (1,68709), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan tingkat pengaruh variabel X terhadap variabel Y dapat dilihat dari (R^2) sebesar 57,7%, sedangkan 42,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Biaya Promosi, Volume Penjualan.