

ABSTRAKSI

Dahulu pembeli terpaksa menerima barang atau jasa yang ditawarkan apa adanya, sebab pada saat itu jumlah barang yang ditawarkan masih terbatas. Namun saat ini, pembeli memegang peranan dalam jual-beli. Pembeli dapat memperoleh barang yang dibutuhkan menurut selera mereka. Selain itu pembeli juga dapat membandingkan barang yang tersedia dengan melihat kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Mengingat keadaan pasar seperti saat dimana para penjual menghadapi persaingan yang ketat dalam memasarkan produknya, maka penjual berusaha untuk memasarkan produknya agar konsumen tidak beralih ke produk lain.

Untuk mempertahankan minat konsumen, penjual harus melakukan usaha agar konsumen bertambah yakin terhadap produk yang ditawarkan. Seperti yang telah disebutkan diatas, bahwa salah satu usaha untuk merebut pangsa pasar dari barang-barang yang ditawarkan adalah dengan pelaksanaan kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan pihak perusahaan melalui papan reklame, radio, poster, TV dan pemberian sample secara gratis. Semuanya itu tujuannya agar rokok ini dikenal dan dicoba, dengan demikian volume penjualan akan teratasi dan target penjualan perusahaan akan dapat tercapai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peranan biaya promosi dalam usaha meningkatkan volume penjualan pada perusahaan rokok PT. Bokor Mas Mojokerto.

Hipotesis yang diadakan dalam penelitian ini adalah : "Diduga biaya promosi berperan terhadap peningkatan volume penjualan pada perusahaan rokok PT. Bokor Mas Mojokerto".

Hasil korelasi didapat 0,985 yang artinya memiliki hubungan antara biaya promosi dengan volume penjualan. Karena kurang jelasnya data maka penulis tidak dapat memberikan data rokok mana yang yang digemari dan mana yang kurang digemari. Apabila penjualan rokok yang kurang disebabkan kurang dikenal dapat dilekukan dengan menambah biaya promosi agar item-item rokok tersebut dapat dikenal dan dipakai.