

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN
PADA PT. "X" DI SIDOARJO**



Oleh :

WIEN ROSWINDA NURSEHAN

NRP : 11192022 .

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA
1997**

ABSTRAK

Memasuki era globalisasi seperti sekarang ini, setiap perusahaan dituntut untuk cepat tanggap terhadap perilaku konsumen yang setiap saat bisa saja berubah. Apalagi jika perusahaan, dalam hal ini adalah perusahaan krupuk udang PT."X" di Sidoarjo yang mempunyai banyak saingan pada bidang usaha dan produk yang sejenis, baik itu dari segi harga, mutu, kemasan, ukuran sampai pada pemberian bonus dan hadiah yang dapat menarik keinginan dari konsumen untuk membelinya.

Dengan adanya persaingan-persaingan yang semakin ketat ini dapat mengakibatkan para konsumen mempunyai banyak pilihan untuk menentukan produk mana yang sekiranya paling baik dan sesuai dengan keinginan atau selera konsumen. Oleh sebab itu setiap perusahaan harus dapat mengusahakan berbagai cara untuk dapat menjadi yang terbaik dan produk merekalah yang nantinya akan menjadi alternatif pilihan bagi seorang konsumen. Seperti halnya pada perusahaan krupuk udang PT."X" di Sidoarjo melaksanakan kegiatan promosi terhadap produk-produk yang dihasilkan sehingga dengan dilaksanakannya promosi ini maka volume penjualan dapat meningkat.

Dalam melakukan penelitian tentang promosi yang dilaksanakan oleh PT."X" ini, maka penulis menggunakan perhitungan-perhitungan statistik dengan bantuan Micro-stat. Adapun analisis deskriptif yang penulis gunakan antara lain : analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi linear dan uji signifikan (uji t test), sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh PT."X" dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualan yang ada.