

ABSTRAK

Perusahaan harus mampu menyusun kegiatan manajemen yang tepat untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, yaitu dengan penggunaan biaya promosi dan biaya distribusi yang tepat agar penjualan perusahaan meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan pada perusahaan sektor *food and beverage* periode 2009-2013.

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif verifikatif bersifat kausalitas. Sampel penelitian ini terdiri dari 7 perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan pemilihan sample dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis (regresi linear berganda) digunakan untuk menguji Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan baik secara parsial maupun simultan. Analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Biaya Promosi dan Biaya Distribusi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Penjualan. Secara parsial Biaya Promosi berpengaruh signifikan terhadap Penjualan dan Biaya Distribusi berpengaruh signifikan terhadap Penjualan.

Kata Kunci : Biaya Promosi, Biaya Distribusi, Penjualan