

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan PT. Hanjaya Mandala Sampoerna, Tbk. Periode Tahun 2005-2013. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh simultan biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna, Tbk. Periode Tahun 2005-2013.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna, Tbk. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menelaah, memilah, dan mengkaji dokumentasi perusahaan, berupa laporan tahunan dan laporan penjualan Sampoerna periode tahun 2005-2013. Model penelitian lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara studi kepustakaan, yaitu mempelajari dan memahami buku-buku literatur yang mempunyai hubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan Uji F, dengan dilakukan analisis uji asumsi klasik, untuk keabsahan persamaan regresi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan regresi adalah $Y = -7.931.163.445,644 + 0,073 X$, dengan nilai a sebesar $-7.931.163.445,644$ artinya jika biaya promosi adalah 0 maka volume penjualan bernilai $-7931163445,644$ batang dan nilai b adalah artinya bila terjadi perubahan biaya promosi sebesar Rp. 1.000.000,- maka menyebabkan perubahan volume penjualan sebesar 73.000 batang.

Dari hasil perhitungan diperoleh f-hitung sebesar 150,451 sehingga diperoleh hasil f-hitung $>$ f-tabel atau $150,451 > 5,59$. Dalam hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95% biaya promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna, Tbk.

**Kata Kunci : Biaya Promosi, Volume Penjualan,
PT. Hanjaya Mandala Sampoerna, Tbk.**

ABSTRACT

This research was conducted to determine The Influence of Promotion Costs to Sales Volume PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. Year Period 2005 to 2013. The purpose of this research was to determine the simultan effect significance of promotion costs to increased sales volume in PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. Year period from 2005 to 2013.

This research was conducted at PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. This research is descriptive and causal research. The method of data collection is done by reviewing, sorting, and reviewing company documentation, such as annual reports and sales reports Sampoerna year period from 2005 to 2013. Other research model used in this research is to study the literature, namely, learning and understanding the literature books that have a relationship with the problem being studied.

The analytical method used is a simple regression analysis and f-test, with the classic assumption test analysis, for the validity of the regression equation .

From the results of the study showed that the regression equation is $Y = -7,931,163,445.644 + 0.073 X$, with a value of $-7,931,163,445.644$ means that if the promotion cost is 0 then the volume of sales worth $-7,931,163,445.644$ item and b values are means when there is a change of the promotion cost Rp. 1.000.000, - then cause changes in sales volume of 73,000 item.

From the calculations, the f-count equal to 150.451 in order to obtain the results of the $f\text{-count} > f\text{-table}$ or $150.451 > 5.59$. In this case H_0 is rejected and H_a accepted. The test results can be concluded that the 95% confidence level, the promotion cost has a positive influence on sales volume at PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.

Keyword : Promotion Cost, Sales Volume

PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.