

## ABSTRAK

### PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN *COFFEE SHOP CHEZ MOKA*

Penelitian ini mengangkat masalah tentang pengaruh biaya promosi yang dilakukan oleh *Coffee Shop* Chez Moka terhadap volume penjualan yang dicapai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan *Coffee Shop* Chez Moka. Sedangkan manfaat penelitian ini adalah dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Chez Moka dalam menentukan kebijakan promosi dalam usaha meningkatkan volume penjualan agar dapat mencapai titik impas, serta menjadi acuan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian di bidang yang sama.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai regresi antara biaya promosi dan volume penjualan adalah positif, yang berarti bahwa terdapat hubungan yang positif antara biaya promosi dan volume penjualan. Uji t pada hipotesis menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  (4,960) lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (2,144). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pada penelitian ini dapat diterima, yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara biaya promosi dan volume penjualan *Coffee Shop* Chez Moka.

Sehingga dengan adanya penelitian ini, perusahaan yaitu *Coffee Shop* Chez Moka diharapkan dapat menetapkan dan menentukan strategi pemasaran, khususnya strategi promosi, sehingga Chez Moka tidak mengalami kerugian akibat kesalahan dalam menentukan promosi. Selain itu Chez Moka, harus memperinci dan memperjelas pengeluaran – pengeluaran yang dilakukan dalam hal promosi, karena dapat terlihat kekuatan dan kelemahan Chez Moka dalam melakukan promosi dan juga jenis promosi yang tepat untuk Chez Moka

*Kata Kunci: biaya promosi pemasaran, volume penjualan*