

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
TAHUN 2006-2017**

(Studi Kasus Pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka)

**ABSTRAK**

MOCH LUTFI MUBAROK

NPM. 123 403 101

**Pembimbing I : H. Maman Suherman**

**Pembimbing II : R. Neneng Rina Andriyani**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Periode 2006-2017. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode korelasional. Alat statistik yang digunakan adalah analisis regresi Sederhana dan Koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara parsial, Biaya Promosi berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Periode 2006-2017. Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara Biaya Promosi berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Subur Elektronik Majalengka Periode 2006-2017. Maka dari itu perusahaan harus meningkatkan kegiatan promosi, yaitu dengan cara meningkatkan biaya promosi yang nantinya digunakan untuk aktivitas yang berhubungan dengan promosi, sehingga produk akan lebih dikenal dan memberikan pengaruh terhadap kenaikan volume penjualan. Dengan demikian, Hipotesis yang diajukan dapat di Verifikasi.

**Kata kunci:** biaya promosi, volume penjualan