

ABSTRAKSI

Aripin. Analisis Hubungan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Rokok A. Mild pada PT. HM. Sampoerna cabang Palembang (Di bawah Bimbingan Ibu Esty Naruliza, SE, MP dan Bapak Sudiman, SE).

Pola kehidupan masyarakat yang semakin maju akan kebutuhan menimbulkan inovasi dalam menghasilkan produk dapat mempermudah manusia dalam pelaksanaan aktivitasnya.

Perusahaan-perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menghasilkan berbagai macam produk untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Setiap perusahaan dalam melakukan aktivitasnya dalam mencapai tujuan, pada umumnya menghadapi berbagai masalah baik besar maupun kecil. Begitu pula halnya dengan perusahaan Sampoerna Palembang yang dalam memasarkan rokok A. Mild mengalami masalah-masalah yang berakibat pada penurunan volume penjualan. Untuk itu diperlukan sarana penghubung antara perusahaan dengan konsumen yang salah satunya adalah promosi. Dengan adanya promosi ini perusahaan dapat menjelaskan keadaan produk kepada calon pembeli agar mereka mengetahui dan mengenal produk.

Cara membahas permasalahan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis koefisien korelasi dan koefisien regresi. Ternyata dari hasil pengujian antara biaya promosi terhadap volume penjualan menunjukkan adanya hubungan positif dan kuat di antara kedua variabel dan biaya promosi yang dan biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan mempunyai pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan.

Dari hasil analisis yang dilakukan, maka dicari solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada yaitu dengan cara memperluas market share, peningkatan biaya promosi dan penggunaan tenaga penjual dalam menjalankan aktivitas promosi tidak bersifat sementara. Dengan demikian diharapkan pada masa yang akan datang dapat terjadi peningkatan volume penjualan pada perusahaan Sampoerna Palembang.