

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan mengambil objek penelitian pada PT Heavenly Nutrition Indonesia Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset penjualan pada PT Heavenly Nutrition Indonesia. Hipotesis yang diajukan yaitu terdapat pengaruh positif biaya promosi terhadap tingkat penjualan yogurt pada PT Heavenly Nutrition Indonesia. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan data mengenai biaya promosi dan tingkat penjualan dan peneliti mengambil sampel untuk 2 tahun terakhir yakni biaya promosi dan omset penjualan tahun 2016 dan 2017. Selanjutnya teknik statistik untuk analisa data menggunakan regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS versi 19. Dari hasil perhitungan regresi linier sederhana didapat hasil yang dapat ditulis dengan rumusan $Y = 256.232 + 0,003 X$. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai koefisien arah regresi (b) adalah positif. hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel biaya promosi ditingkat satu satuan maka nilai Y mengalami kenaikan 0,003 rupiah. Hal ini menjelaskan bahwa kenaikan nilai variabel (X) memberikan kontribusi peningkatan pada nilai Y. Selanjutnya hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,543 yang berarti biaya promosi memberikan pengaruh sebesar 54,3% terhadap omset penjualan. Adapun analisis koefisien korelasi (R) antara variable biaya promosi dengan variable omset penjualan pada tahun 2016 dan 2017 berkorelasi sebesar 0,737 yang berarti hubungan yang kuat karena 0,737 berada pada rentang nilai (0,61 – 0,80) = hubungan kuat. Kemudian uji t (t-test) diketahui nilai t tes = 5,116 sedangkan besarnya signifikansi 0,000. Dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($5,116 > 2,074$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa pengaruh biaya promosi terhadap tingkat penjualan sangat signifikan.

Kata kunci: Biaya Promosi, Tingkat Penjualan