

ABSTRAK

Penjualan merupakan bagian dari pemasaran yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Dengan penjualan perusahaan dapat mencapai tujuannya seperti untuk mendapatkan laba dan untuk berkembang. Untuk mencapai tujuannya, perusahaan harus bisa mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan harus mengetahui masalah-masalah yang menghambat proses penjualan dan berusaha untuk mengatasinya guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Iklan Online dan Promo terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Minat Daya Beli Konsumen pada Minuman Tea Break Tropodo. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Penulis menyebarkan kuesioner sebagai cara untuk mendapatkan data. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel diambil sesuai dengan kriteria tertentu menggunakan rumus Lameshow, sehingga terdapat 96 responden. Alat uji yang digunakan adalah teknik Analisis Jalur (Path Analysis) dengan software SPSS 21, setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan secara Parsial yaitu menunjukkan bahwa Iklan Online dan Promo berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, menunjukkan bahwa Iklan Online berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Peningkatan Penjualan, serta Promo berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Penjualan, menunjukkan bahwa Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. Dan Iklan Online serta Promo berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Penjualan melalui Minat Beli Konsumen pada Minuman Tea Break Tropodo.

Kata kunci : *Iklan Online, Promo, Minat beli, Peningkatan Penjualan*

ABSTRACT

Sales is a part of marketing that determines the survival of the company. With sales the company can achieve its goals such as to earn profit and to develop. To achieve its goals, companies must be able to maintain and increase sales volume, must know the problems that hinder the sales process and try to overcome them in order to achieve the company's goals that have been set. Consumers' Purchasing Power Interest in Tropodo Tea Break Drinks. This research was conducted with a quantitative approach. The author distributes a questionnaire as a way to obtain data. The sampling technique used was the purposive sampling technique with the number of samples taken according to certain criteria using the Lameshow formula, so that there were 96 respondents. The test tool used is Path Analysis technique with SPSS 21 software, after testing the proposed hypothesis, the results of the research data analysis that have been carried out partially show that Online Advertising and Promos have a significant effect on Buying Interest. , shows that Online Advertising has a but not significant effect on Sales Increase, and Promo has a significant effect on Sales Increase, indicating that Buying Interest has a significant effect on Sales Increase. And Online Advertising and Promos have a significant impact on Sales Increase through Consumer Purchase Interest in Tea Break Tropodo Drinks

Keywords: *Online Advertising, Promo, Purchase Interest, Sales Increase*