

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan, terutama pengaruh biaya promosi dan *fee marketing* terhadap volume penjualan pada PT. Pratama Indoprima cabang Sidoarjo.

Jumlah responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden yang bekerja pada PT. Pratama Indoprima cabang Sidoarjo. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sedangkan metode pengolahan data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi dan *fee marketing* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hasil uji Statistik F (tabel ANOVA^a) menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa biaya promosi dan *fee marketing* terhadap volume penjualan berpengaruh secara simultan (bersama-sama). Hasil uji regresi ditemukan bahwa biaya promosi merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi volume penjualan. Hasil ini dapat dilihat dari standart coefficient beta sebesar 0,587.

Kata Kunci : Biaya Promosi, *Fee Marketing*, dan Volume Penjualan.