

ABSTRAK

Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi, mempengaruhi konsumen tentang produk perusahaan tentang keunggulan maupun merk produk yang ditawarkan sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli produk perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan yang diperkuat oleh hasil pengujian yang menunjukkan bahwa hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan $t_{hitung} 15,548 > t_{tabel} 2,228$ dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$ yang diperoleh dari pengolahan data melalui aplikasi SPSS.

Kata Kunci : Promosi, Perusahaan, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Promotion is an element used to inform and persuade the market about a new product or service to the company through advertising, personal sales, sales promotion, or publication. Promotion is an activity carried out by the company to provide information, influence consumers about the company's products about the advantages and brands of products offered so that consumers will be interested in buying the company's products.

The results of this study show that the promotion strategy has a positive and significant effect on sales volume which is strengthened by the test results which show that this is strengthened and supported by the t test which resulted in a calculation of $15.548 > t_{table} 2.228$ with a significant level of $0.00 < 0.05$ obtained from data processing through the SPSS application.

Keywords : Promotion, Company, Sales Volume.