

ABSTRAK

Sutradilla. 2017, Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Mobil Pada PT. Toyota Hadji Kalla Bulukumba. Dibawah bimbingan Moh. Aris Pasigai selaku pembimbing I dan Muh. Nur Rasyid selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap penjualan mobil pada PT. Toyota Hadji Kalla Bulukumba. Penelitian dilaksanakan pada bulan maret sampai april 2017. Metode penelitian kepustakaan untuk pengumpulan data. Metode analisis menggunakan analisis Deskriptif, Uji Regresi Sederhana dan Uji T.

Hasil olah data SPSS mengenai biaya promosi dan volume penjualan maka diperoleh persamaan $Y = -1,566 + 7.783X$. Menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Dengan kata lain dengan adanya biaya promosi akan meningkatkan volume penjualan sebesar 7,783 unit atau 8 unit.

Nilai koefisien determinasi (*R-square*) yang digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 0,976. Hal ini berarti bahwa variabel layanan jasa dapat menjelaskan 97,6% dari kepuasan pasien dan sisanya yaitu sebesar 2,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti.

Hasil dari uji F yang menghasilkan F_{hitung} sebesar 59,636 sedangkan untuk menentukan nilai F_{tabel} 10,127. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut terlihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($59,636 > 10,127$), sehingga diketahui bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Nilai T_{hitung} untuk biaya promosi adalah sebesar 7,722 sedangkan t_{tabel} dengan taraf (α) = 0,05 adalah sebesar 2,776. Dan tingkat signifikannya adalah $0,004 > 0,05$. Berdasarkan kriteria pengujiannya, maka $T_{hitung} > T_{tabel}$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

Kata Kunci : *Biaya Promosi, Volume Penjualan.*