

ABSTRAK

HARDIYANTI TASMIN.2017. Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket Pada PT. Al-Jasyah Travel Service Makassar. Pembimbing I Andi Jam'an, Pembimbing II Sitti Marhumi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan pada PT.Al-Jasyah Travel Service Makassar.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 orang dengan populasi sebanyak 300 pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, kuesioner. Uji analisis yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan menggunakan uji instrumen (uji validitas, uji reliabilitas), teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, uji koefisien determinasi dan uji parsial (t).

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS 21 diperoleh persamaan regresi sederhana $Y = 1.939 + 0,631 X$ Dimana $a = 1.939$ artinya jika variabel independen yaitu promosi (X) dianggap konstan maka penjualan (Y) adalah 1.939. Sedangkan nilai $b = 0,631$ artinya jika nilai promosi ditingkatkan maka nilai penjualan akan meningkat. Dan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,352 yang menunjukkan bahwa variabel penjualan (Y) dipengaruhi oleh variabel promosi (X) sebesar 35,2% dan sisanya 64,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pada nilai t dengan total $df = 73$ maka t_{tabel} diperoleh yaitu 1,735 menunjukkan hasil bahwa variabel promosi dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,294 > 1,735$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Peningkatan Penjualan Tiket pada PT.Al-Jasyah Travel Service Makassar

Kata kunci : Promosi dan Penjualan