

ABSTRAK

DEVI SRY PUTRI, 105720439513 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT.HadjiKalla Cabang Alauddin Makassar. Di bimbing oleh Hj. Lilly Ibrahim dan Edi Jusriadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan pada PT.HadjiKalla cabang Alauddin cabang Makassar. Data penelitian ini diperoleh dari studi dokumentasi data biaya promosi dan volume penjualan mobil 5 tahun terakhir (2012-2016).

Penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya promosi yang terdiri atas *advertising, personal selling, publicity, dan sales promotion* secara serentak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan PT. HadjiKalla cabang Alauddin Makassar dan *variabel publicity* memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap variabel peningkatan volume penjualan dengan t hitung sebesar 9005. Sebesar 74,32 % variabel peningkatan volume penjualan dapat dijelaskan oleh variabel independennya sedangkan sisanya 25,68 % dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *advertising, personal selling, publicity, dan sales promotion*