

ABSTRAK

ANDI.DWI WULANADARI, 2019. Pengaruh *Advertising* dan *Sales Promotion* Terhadap Volume Penjual Motor Roda Tiga Merek Nozomi Pada PT. Alfa Global Indonesia Kab.Gowa. Dibawah bimbingan Moh. Aris Pasiga., selaku pembimbing I dan Samsul Rizal, selaku pembimbing II. Skripsi Program Studi Strata 1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Advertising* dan *Sales Promotion* Terhadap Volume Penjualan Motor Roda Tiga (merek Nozimi) pada PT. Alfa Global Indonesia Kab.Gowa.

Metode analisis deskriptif, uji regresi, uji T, dan uji F. bentuk penyajian dari persamaan regresi linear berganda tersebut terlihat bahwa koefisien-koefisien variable independen yang terdiri dari (X_1), *Advertising* (X_2) *sales promotion* menunjukkan hasil yang relative bervariasi. Hal ini menunjukkan bahwa diantara variable independen menunjukkan adanya jumlah yang diprediksi dapat meningkatkan penjualan.

Metode analisis data menggunakan alat bantu statistic SPSS dengan model analisis regresi linier berganda. adapun Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa biaya advertising tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan hal dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu sebesar $0,250 < 2,776$. Sedangkan hasil penelitian untuk variable sales promotion berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan hal ini dapat dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $5,183 > 2,776$.

Kata Kunci: *Biaya advertising, biaya sales promotion, volume penjualan*