

ABSTRAK

Rina Apriliyani, NIM. 340310146. “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Studi Pada PT. Siantar Top Tbk Periode Tahun 2015-2023)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Sukomo, Drs., M.Si. (Pembimbing I) dan Benny Prawiranegara, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Suatu Studi Pada PT. Siantar Top Tbk Periode 2015-2023). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1). Seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Siantar Top Tbk?; 2). Seberapa besar pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pada PT. Siantar Top Tbk?; 3). Seberapa besar pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan pada PT. Siantar Top Tbk?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1). Besarnya pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Siantar Top Tbk; 2). Besarnya pengaruh biaya distribusi terhadap penjualan pada PT. Siantar Top Tbk; 3). Besarnya pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan pada PT. Siantar Top Tbk.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis atau Uji Signifikan (Uji t), Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Koefisien Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis atau Signifikan (Uji t). Hasil penelitian adalah 1). Secara parsial biaya promosi memiliki koefisien regresi sebesar -0,003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,536 ($> 0,05$), sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan. 2). Secara parsial, biaya distribusi memiliki koefisien regresi sebesar 0,034 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. 3). Secara simultan, biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh signifikan terhadap penjualan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan koefisien determinasi sebesar 0,955 (95,5%). Dari kedua variabel tersebut, biaya distribusi merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi penjualan perusahaan.

Kata kunci: Biaya Promosi, Biaya Distribusi, dan Penjualan