

ABSTRAK

Santoso Eko. 2020. Pengaruh Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi

Penjualan terhadap Volume Penjualan Motor Honda di Dealer Kalirejo Jaya 2 Motor, Lampung Tengah. Skripsi Program Study Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (i) Ratmono, S.E,M.M. Pembimbing (ii) Suwanto, S.E,M.M

Dealer Kalirejo Jaya 2 motor di Kalirejo, lampung tengah dalam memasarkan produk mengalami fluktuasi disebabkan kurang tepatnya kebijakan pemasaran yang ditetapkan perusahaan. Dengan demikian permasalahan yang diteliti yaitu seberapa besar pengaruh Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, terhadap Volume Penjualan Motor Honda di Dealer Jaya 2 Motor, Lampung Tengah.

Untuk memecahkan masalah yang ada digunakan alat analisis data regresi linier berganda, uji parsial dan uji secara simultan, penelitian ini menggunakan sampel sebagai instrumen penelitian. Sampel yang digunakan adalah data yang diperoleh dari tahun 2014 sampai tahun 2020.

Data yang telah terkumpul dan diteliti serta diolah tersebut menunjukkan empat variabel yang telah diuji menunjukkan bahwa ada satu variabel yang berpengaruh terhadap volume penjualan dan secara simultan yang menunjukkan berpengaruh serta signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dikemukakan yaitu “ volume penjualan motor honda dipengaruhi oleh Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Publisitas “ . Perhitungan secara parsial terhadap semua variabel, dan variabel yang paling signifikan berpengaruh terhadap volume penjualan adalah variabel promosi penjualan.

Kata kunci : Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Publisitas, Volume Penjualan