

## ABSTRAK

Perusahaan harus mampu menyusun kegiatan manajemen yang tepat untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, yaitu dengan penggunaan biaya promosi dan biaya distribusi yang tepat agar penjualan perusahaan meningkat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan pada perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* periode 2010-2014.

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif konklusif bersifat kausalitas. Sampel penelitian ini terdiri dari 7 perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan pemilihan sample dengan menggunakan *purposive sampling*.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis digunakan untuk menguji Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan baik secara parsial maupun simultan. Analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Biaya Promosi dan Biaya Distribusi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Penjualan. Secara parsial Biaya Promosi berpengaruh signifikan terhadap Penjualan dan Biaya Distribusi berpengaruh signifikan terhadap Penjualan.

**Kata Kunci** : Biaya Promosi, Biaya Distribusi, Penjualan, Biaya, Promosi, Distribusi

## **ABSTRACT**

The company should be able to compile management activities to be competitive with other companies, in which using of appropriate cost promotion and distribution thus increasing sales in company.

This research aims to know the influence of cost promotion and distribution of sales in the food and beverage sector companies 2010-2014.

This research is descriptive verification of causality. The research sample consisted of seven food and beverage sector companies listed in Indonesia Stock Exchange period 2010-2014. The data used in this study is secondary data and the sampling by using purposive sampling.

The analytical method used was a descriptive statistical tests, the classical assumption, and hypothesis testing (linear regression) was used to test the promotion cost and distribution cost of sales and either partially or simultaneously. The regression analysis in this research using SPSS.

These results prove that the cost of promotion and distribution simultaneously have a significant influence on sales. As well as partially, the promotion cost has significant effect on Sales and the distribution cost has significant effect on sales.

*Keywords: Promotion cost, Distribution cost, Sales, Cost, Promotion, Distribution*