

ABSTRAK

Saat ini persaingan antara perusahaan semakin ketat ditandai dengan persaingan yang semakin kompetitif antar pelaku bisnisnya. Dalam perjalanannya perusahaan sering kali dihadapkan pada berbagai masalah dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya, seperti kesulitan dalam meningkatkan penjualan, selera konsumen yang semakin bervariasi, dan kondisi ekonomi yang tak menentu. Penjualan menjadi sebuah hal yang sangat penting bagi perusahaan, sebab nilai keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari aktivitas penjualan menjadi sumber yang membentuk nilai keseluruhan perusahaan serta menentukan apakah perusahaan dapat tumbuh dan mempertahankan kegiatan bisnisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan diperoleh 9 perusahaan dengan periode penelitian pada tahun 2012-2016. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan *software* Eviews versi 9.

Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan, dan biaya distribusi berpengaruh positif signifikan. Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa secara simultan, biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh terhadap penjualan dengan *adjusted R²* sebesar 97,7736%.

Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia disarankan untuk lebih memperhatikan biaya promosi dan biaya distribusi yang akan datang agar tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan guna memperoleh keuntungan dapat tercapai.

Kata kunci: Biaya Promosi, Biaya Distribusi, Penjualan