# ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia dari masa ke masa semakin kompetitif dan kompleks. Perusahaan harus berjuang untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya dimana perusahaan seringkali dihadapkan masalah dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Penjualan mempunyai peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan juga diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutupi semua biaya dalam proses pembuatan produk atau menjual dan untuk memperoleh laba

Penelitian ini untuk menguji pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan. Biaya promosi erat sekali hubunganya dalam meningkatkan penjualan. Promosi yang dilakukan perusahaan bermaksud sebagai usaha untuk memengaruhi konsumen tersebut hingga dapat meningkatkan penjualan. Disamping promosi faktor lain yang tidak kalah penting adalah distribusi. Biaya distribusi adalah biaya yang terjadi guna memasarkan produk. Setiap perusahaan membuat barang dan kemudian akan menyalurkannya kepada konsumen, agar konsumen yang membutuhkan produk tersebut dapat memperolehnya.

Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2016. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif verifikatif yang bersifat kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan *purposive sampling*, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 5 perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan software Eviews versi 9.

Hasil Penelitian Uji F menunjukkan bahwa secara simultan biaya promosi dan distribusi berpengaruh terhadap penjualan dengan nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 0.825488 atau 82.5488%. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap penjualan dan biaya distribusi berpengaruh positif terhadap penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia disarankan untuk memperhatikan biaya promosi dan biaya distribusi yang akan datang agar dapa meningkatkan penjualan guna memperoleh keuntungan.

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