

## ABSTRAK

Bauran Promosi merupakan program komunikasi pemasaran total sebuah perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. Penjualan merupakan salah satu factor penting dalam perusahaan, karena dengan adanya penjualan yang meningkat dan mendapatkan laba yang besar perusahaan dapat bertahan dan bisa mengembangkan bisnisnya. Tujuan dari penelitian ini yaitu :1) Untuk mengetahui bagaimana Bauran Promosi Pada CV Amanda Brownies Cabang Dago Bandung, 2) Untuk mengetahui bagaimana Penjualan Pada CV Amanda Brownies Cabang Dago Bandung, 3) Seberapa besar pengaruh promosi terhadap Penjualan pada CV Amanda Brownies Cabang Dago Bandung.

Grand theory yaitu bauran promosi menurut Basu Swastha dan Irawan (2008:349) Promotional Mix adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan, sedangkan penjualan menurut Basu Swastha dan Irawan (2005:406) "Penjualan adalah transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa yang pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual dan pembeli.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kausal analisis, yaitu menggambarkan/menguraikan suatu masalah yang sedang dihadapi melalui beberapa proses seperti pengumpulan data, penyusunan data, menafsirkan dan menganalisa yang pada akhirnya data tersebut dirumuskan pada satu kesimpulan. Sedangkan teknik pengumpulan data yaitu dengan Penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang meliputi : Observasi Non Partisipan, Wawancara dan Kuesioner. Adapun uji di dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji regresi sederhana, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa berdasarkan hasil uji statistic yaitu melalui analisis regresi yang hasilnya yaitu  $Y = 5.160 + 0.339x$ , dalam artian bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan, sedangkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan melalui R Square sebesar 0.341 dalam artian bahwa bauran promosi berpengaruh terhadap penjualan sebesar 34,1% dan sisanya sebesar 65,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti halnya variasi produk, harga dan tempat. Dengan demikian bahwa hipotesis diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Bauran Promosi dan Penjualan Pada CV. Amanda Brownies Cabang Dago Bandung, sehingga hipotesis teruji secara empirik.

Kesimpulan bahwa bauran promosi yang dilakukan oleh CV. Amanda Brownies sudah sesuai dengan dimensi bauran promosi dan penjualan pun sudah dijalankan dengan baik sesuai dengan dimensi penjualan, dengan demikian masih perlu adanya peningkatan dari segi promosi penjualan dan promosi pribadi.

Adapun saran secara teoritis yaitu untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh bauran promosi terhadap penjualan terhadap variable lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci :Promosi, Penjualan

### **ABSTRACT**

*Mix Promotion is a communication program communication total a company consisting of advertising, personal selling, promotion selling and public relations firm used to achieve advertising and marketing objectives. Sales is one of the important factors in the company, due to the increased sales and profits large companies can survive and can develop bisninya. The purpose of this study are: 1) To find out how Amanda Brownies Promotion Branch at CV Dago Bandung. 2) To find out how sales at CV Amanda Brownies Branch Dago Bandung, 3 How much influence on sales promotion on the CV Amanda Brownies Bandung Dago Branch.*

*Grand theory that promotional mix according to BasuSwastha and Irawan (2008:349) Promotional Mix is a combination of the best strategy of the variables of advertising, personal selling, and other promotional tools, which are designed to achieve the program objectives sales, while sales by BasuSwastha and Irawan (2005:406) "Sales is a transaction or transfer of property rights in a commercial for the goods and services which in principle involves two parties, namely buyers and sellers.*

*The method used in this research is descriptive causal analysis, which illustrates / describes a problem which is being faced by several processes such as data collection, data preparation, interpret and analyze the data that ultimately formulated in the conclusion. While data collection techniques that the research literature and field research include: Non Participant Observation, Interview and Questionnaire. The test in this dalampenelitian using validity test, simple regression, and hypothesis testing.*

*Based on the survey results revealed that based on the results of the statistical test results through regression analysis is  $Y = 5.160 + 0.339x$ , in the sense that the promotion of a positive and significant effect on the level of sales, while the results obtained through the calculation of the coefficient of determination R Square of 0.341 in the sense that the diversity affect product sales by 34.1% and the remaining 65.9% is influenced by other factors not examined in this study as well as variations in product, price and place. Thus the hypothesis is accepted it means that there is significant influence between Promotion and Sales Levels In CV.*

*Amanda Brownies Dago Bandung branch, so the hypothesis is empirically tested.*

*Conclusion that the promotion mix by CV. Amanda Brownies sudah according to the dimensions of the promotional mix and sales were already being implemented in accordance premises sales dimensions, thus still a need to increase in terms of sales promotion and personal promotion. The theoretical suggestion is to do more research on the effect of the promotion mix of sales to the other variables were not examined.*

*Keyword : Promotion,Sales*