

ABSTRAK

PENGARUH BIAYA IKLAN&PROMOSI SERTA UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN

(Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Makanan & Minuman yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012)

Promosi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting dilaksanakan perusahaan. Promosi yang dilakukan perusahaan bermaksud untuk mengadakan komunikasi dengan konsumen, sebagai usaha untuk mempengaruhi konsumen tersebut hingga dapat meningkatkan penjualan produk. Sedangkan asset merupakan modal kerja bagi perusahaan dalam melakukan usahanya yaitu kegiatan penjualan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh biaya iklan&promosi serta ukuran perusahaan terhadap tingkat penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan menurut kriteria. Sampel yang dikumpulkan dalam penelitian ini sebanyak 11 perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa biaya iklan&promosi serta ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.

Kata Kunci: biaya iklan&promosi, ukuran perusahaan, dan tingkat penjualan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF ADVERTISING & PROMOTION COSTS AND SIZE OF LEVEL SALES COMPANY (Case Study on Food & Beverage Sector Companies Listed in Indonesia Stock Exchange Period 2010-2012)

Promotion is one element of the marketing mix (marketing mix) carried out a very important company. Promotion by the company intends to hold communication with consumers, in an attempt to influence the consumer to be able to increase sales of the product. While a capital asset for the company in the conduct of its business is sales activities.

This study was conducted to examine the effect of the cost of advertising and promotion as well as the size of the company's sales level. This study uses a quantitative approach to data analysis using multiple linear regression analysis. The population used in this study whole food and beverage company listed on the Indonesia Stock Exchange in 2010-2012, while the samples used in this study using purposive sampling with criteria. Samples collected in this study were 11 companies. The results showed that the cost of advertising and promotion as well as company size significantly influence the level of sales.

Keyword: advertising and promotion costs, firm size, and the level of sales