Implementasi Strategi Promosi Peningkatan Penjualan

Heri
heri@gmail.com

Abstrak: Panaliten menika gadhah ancas kangge mangertosi pengaruh promosi tumrap keputusan purchasing ing PT. Building House. Metode kang digunakake yaiku panliten eksplanasi kanthi sampel 98 responden. Teknik analisis nggunakake analisis statistik kanthi regresi, korelasi, determinasi lan uji hipotesis. Asiling panaliten menika variabel promosi pikantuk biji rata-rata 3,76 kanthi kriteria sae. Variabel kaputusan purchasing pikantuk biji rata-rata 3,61 kanthi kriteria sae. Promosi nduweni pengaruh positif lan signifikan marang keputusan tuku kanthi nilai persamaan regresi 0,348, lan nilai koefisien korelasi 0,537 utawa nduweni sesambungan sing kuat kanthi nilai determinasi 45%.
Kata Kunci: Mendagangkan, menyebarluaskan produk

PUSTAKA

Algifari. (2015). "Analisis Regresi kanggo Bisnis lan Ekonomi". Yogyakarta: BPFE.

Arikunto, Suharsimi (2014). "Prosedur Penelitian Pendekatan Praktis". Jakarta: Rineka Cipta.

Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Suasana Toko dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart BSD, Tangerang Selatan. Jurnal Ekonomi Efektif, 3(1).

Erlangga, H. (2020). Tantangan Komunikasi Organisasi ing Era Digital. Teknologi Solid State, 63 (4), 1240-1246.

Erlangga, H., Propertiu,. WO, Wibisono, . D., Siagian,. AO, Salam,. R., Mas'adi,. M., Gunartin, ., Oktarini,. R., Manik,. CD, Nani, ., Nurhadi, . A., Sunarsih,. D., Purwanto,. A. & Kusjono,. G. (2020) Kompetisi Bisnis Farmasi ing Indonesia: Tinjauan. Tinjauan Sistematis ing Farmasi, 11 (10), 617-623. doi:10.31838/srp.2020.10.92

Freddy Rangkuti (2016) Creative Promotion Strategy, First Edition, First Printing Jakarta: Gramedia Pustaka Utama