

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap volume penjualan pada Cafe JMbaran, Kota Langsa. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari Cafe JMbaran meliputi: biaya promosi dan besarnya volume penjualan pada bulan januari 2016 sampai dengan maret 2017. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Persamaan regresi sederhana yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu $Y = 86029,393 + 248,039 X_1$. Nilai konstanta sebesar 86029,393 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel biaya promosi diasumsikan konstan, maka nilai dari volume penjualan sebesar Rp. 86.029.393,- perbulan. Koefisien regresi sebesar 248,039 menunjukkan bahwa bila biaya promosi ditingkatkan sebesar Rp. 1,- maka akan meningkatkan volume penjualan sebesar Rp. 248.039,- perbulan. Koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan pada nilai R square diperoleh sebesar 0,250 atau 25 % dapat dinyatakan biaya promosi memberikan pengaruh terhadap volume penjualan sebesar 25 % dan sisanya 75 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t diperoleh nilai signifikan sebesar $0,058 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap volume penjualan.