

## ABSTRAK

Robby Liangan “Pengaruh Biaya Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Sinar Mutiara”. Dibawah bimbingan Dra. Salma Z. Bowta, M.Pd dan Idris Yanto Niode, S.Pd.,MM

Tujuan penelitian ini adalah (1). untuk menganalisis pengaruh biaya periklanan terhadap volume penjualan, (2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya periklanan berpengaruh terhadap volume penjualan. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari data biaya biaya periklanan serta volume penjualan selama tahun 2006 sampai dengan 2012.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji normalitas, serta analisis regresi linier sederhana, uji t, uji F dan R<sup>2</sup> (koefisien determinasi).

Berdasarkan analisis regresi linier sederhana diperoleh kesimpulan (1) Uji signifikansi pengaruh secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel biaya periklanan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini dibuktikan dari perhitungan uji t dimana nilai signifikansi (0,000) kurang dari  $\alpha$  (0,05). (2) Koefisien determinasi (adjusted R-square) adalah sebesar 0.932 atau 93,2%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (biaya periklanan) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap volume penjualan sebesar 93,6 %. Sedangkan sisanya sekitar 6,8 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

**Kata Kunci** : Biaya Periklanan dan Volume Penjualan