

ABSTRAK

Julinanda Nugraha Prayoga, No.BP 14101155310204, Manajemen (2020), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi, Harga, dan Lokasi terhadap Penjualan pada Pt. Menara Agung, dibawah bimbingan Dr. LUSIANA, SE, MM dan HILDA MARY, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi, Harga, dan Lokasi terhadap Penjualan pada PT. Menara Agung, metode pengumpulan data ini adalah dengan menyebarkan kuisisioner dengan sampel 75 responden, Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian yang diperoleh dengan persamaan $P = 9,750 + 0,327P + - ,105H + 0,202L + e$: (a) Promosi memiliki pengaruh sebesar 0,327 terhadap Penjualan. (b) Hargatida memiliki pengaruh -,105 terhadap Penjualan. (c) Lokasimemiliki pengaruh sebesar 0,205 terhadap Penjualan. (d) Promosi, Harga, dan Lokasi terhadap Penjualanmemiliki pengaruh sebesar 9,750 terhadap Penjualan dan berdasarkan uji koefisien Determinasi (R^2) ini menunjukkan bahwa besarnya persentase kontribusi dari variabel Promosi, Harga, dan Lokasi terhadap Penjualanterhadap Kinerja Pegawai adalah sebesar 34,4% dan sisanya sebesar 65,6% yang dipengaruhi oleh variable lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Akhirnya penulis menyarankan kepada Pt. Menara Agung Padang untuk dapat meningkatkan Promosi, Harga, dan Lokasi terhadap Penjualan.

Kata kunci : Promosi, Harga, Lokasi dan Penjualan.