



ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PERUMAHAN BUMI KUBANG RAYA (STUDI KASUS PT. GUNA GRIYA ABADI)

OLEH:
KHERI SAMJA
11371100727

Penelitian ini dilakukan di PT. Guna Griya Abadi Perumahan Bumi Kubang Raya Kampar yang bergerak dalam bidang pembangunan dan pemasaran Perumahan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah melakukan pembelian pada PT. Guna Griya Abadi di Perumahan Bumi Kubang Raya sedangkan Sampel dalam penelitian berjumlah 100 orang. Sampel nya menggunakan teknik *non probability sampling* dan penentuan masing-masing jumlah sampel nya menggunakan Teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode studi pustaka dan kuesioner yang kemudian diuji dengan metode analisis data menggunakan SPSS. Untuk metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif-kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) iklan berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t, dimana nilai t hitung > t tabel (2,180 > 1,985), signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,032 < 0,05), (2) promosi penjualan berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t, dimana t hitung > t tabel (4,681 > 1,985), signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), (3) *public relation* berpengaruh negatif terhadap peningkatan volume penjualan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t, nilai t hitung < t table (-1,254 < 1,985), signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,47 > 0,05), (4) *personal selling* berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t, nilai karena t hitung > t tabel (4,617 > 1,985), signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), (5) iklan, promosi penjualan, *public relation*, *personal selling* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan perumahan bumi kubang raya Kampar. Hal ini dbuktikan dengan nilai F hitung > F tabel (91,117 > 2,470), dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dari hasil penelitian juga diperoleh perhitungan koefisien determinasi yang menyimpulkan bahwa iklan, promosi penjualan, *public relation* dan *personal selling* mempengaruhi peningkatan volume penjualan Perumahan Bumi Kubang Raya Kampar sebesar sebesar 79%, sisanya 21% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Iklan, Promosi Penjualan *Public Relation*, *Personal Selling*, Volume Penjualan