

Analisis hubungan bauran promosi dengan penjualan dan laba penjualan polis asuransi : studi kasus pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 = Relations analisys of promotion mix with sales and sales profit of insurance policy : case study for PT Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967

Marbun, Sari Evi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331524&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Skripsi ini membahas hubungan bauran promosi dengan penjualan dan laba penjualan polis asuransi studi kasus pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder berupa biaya promosi, hasil penjualan dan laba penjualan untuk melihat hubungan biaya promosi dengan penjualan dan laba penjualan polis asuransi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967. Setelah dilakukan uji korelasi statistik non parametrik, diketahui bahwa bauran promosi tidak berhubungan dengan penjualan, namun pada bauran promosi dimensi promosi penjualan dan hubungan masyarakat terdapat hubungan yang signifikan dengan laba penjualan. Untuk itu PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda sebaiknya membentuk ulang strategi pemasaran yang lebih efektif dalam meningkatkan penjualan serta melakukan inovasi-inovasi terhadap bauran promosi produknya.

.....This script is talking about the relations of promotion mix with sales and sales profit of insurance policy, case study for PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967. The research in this script is quantitative research which is using secondary data such as promotion cost, sales product and sales profit to see the relations of promotion cost with sales and sales profit of insurance policy at PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967. After statistic correlation non parametric test is done, is known that promotion mix is not related with the sales, however, at promotion mix combination the dimention of sales promotion and public relations have a significant relations with sales profit. For that, PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 should remake the marketing strategy to be more effective in increasing the sales and do some innovation to promotion mix of its product.