

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan iklan di media sosial terhadap volume penjualan di UD.Tanda Setia yang berlokasi di Kota Gunungsitoli. Penelitian ini menggunakan data primer yang pengumpulan datanya diperoleh dari penyebaran kuesioner dan wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis kuantitatif, analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 30. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dan pelanggan UD.Tanda Setia yang pernah berbelanja di UD. Tanda Setia. Hasil dari penelitian berdasarkan uji t dan uji F menunjukkan bahwa Promosi dan Iklan sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Dalam Uji koefisien Determinasi didapatkan hasil data sebesar 92,7% yang dapat dijelaskan oleh promosi dan iklan, sedangkan sisanya sebesar 7,3% dapat dijelaskan oleh pengaruh variable lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Iklan dan Volume Penjualan