

ABSTRAK

Halawa, Teodor Denius. 2025. *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Pada Ud. Tahu Nias. Skripsi*. Pembimbing Yupiter Mendrofa, S.E., M.M

Strategi promosi mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah ada pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan penjualan produk pada UD. Tahu Nias dan Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan penjualan produk pada UD. Tahu Nias. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara melakukan pengumpulan data yang memanfaatkan instrumen penelitian. Hasil penelitian ini adalah strategi promosi berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan di UD. Tahu Nias. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan promosi yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan serta memperkuat posisi usaha di pasar dan menjual yang semangat meningkat, dan strategi promosi memberikan pengaruh sebesar 72,9% terhadap peningkatan penjualan produk pada UD. Tahu Nias. Adapun sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi memiliki peranan yang signifikan dalam meningkatkan penjualan dan perkembangan usaha.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Penjualan

ABSTRACT

Halawa, Teodor Denius. 2025. The Influence of Promotion Strategy on Increasing Product Sales at UD. Tahu Nias. Thesis. Supervisor: Yupiter Mendrofa, S.E., M.M

Promotion strategy plays an important role in achieving business success; therefore, the marketing sector has a significant role in realizing business plans. This can be achieved if the company intends to maintain and increase the sales of the products or services it produces. The purpose of this study is to determine whether there is an influence of promotion strategy on increasing product sales at UD. Tahu Nias and to find out the extent of such influence. This research is a quantitative study, which produces findings obtained through statistical procedures or data collection using research instruments. The results of this study indicate that promotion strategy has a positive effect on increasing sales at UD. Tahu Nias. This shows that the proper implementation of promotion can increase sales volume, strengthen the company's market position, and enhance the enthusiasm for selling. The promotion strategy contributed 72.9% to the increase in product sales at UD. Tahu Nias, while the remaining 27.1% was influenced by other factors not discussed in this research. This demonstrates that promotion strategy has a significant role in improving sales and supporting business growth.

Keywords: *Promotion Strategy, Sales*