ABSTRAK

Nur Anika, B06207042, 2012. Komunikasi Pemasaran dan Peningkatan Penjualan (study kuantitatif komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di outlet accesoris mobile phone Permata Cell Royal Plaza Surabaya). Skripsi program studi ilmu komunikasi fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : "Komunikasi Pemasaran, Peningkatan Penjualan"

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam penelitian ini, yaitu: (1) Adakah pengaruh komunikasi pemasaran terhadap peningkatan penjualan di outlet accesoris mobile phone Permata Cell Royal Plaza Surabaya (2) Jika ada, seberapa besar, pengaruh komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di outlet accesoris mobile phone Permata Cell Royal Plaza Surabaya.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang digunakan dalam penelitian jika data yang dipakai adalah data-data kuantitatif atau berbentuk angka-angka. Yang kemudian dianalisis dengan menggunakan rumus Regresi Liniear Sederhana.

Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah semua karyawan outlet permata cell, sebanyak 35 orang yang semuanya dijadikan sebagai responden. Dalam penelitian ini juga, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan koesioner, wawancara dan dokumentasi. Untuk analisis data peneliti menggunakan program *SPSS for windows versi 16,0.*

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa pengaruh komunikasi pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Di Outlet Accesoris Mobile Phone Permata Cell Royal Plaza Surabaya dengan nilai sebesar 0,196 yang tergolong hubungan "sangat rendah". Dengan demikian Komunikasi Pemasaran mempunyai pengaruh yang " sangat rendah" dalam Meningkatkan Penjualan Di Outlet Accesoris Mobile Phone Permata Cell Royal Plaza Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id