

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal, dan beban promosi terhadap kinerja penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan menggunakan data sekunder. Objek penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2011. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel biaya kegagalan internal memiliki t hitung $>$ t tabel ($3,181 > 2,571$) dan $\text{sig.}t < \alpha$ ($0,025 < 0,05$). Biaya kegagalan eksternal memiliki t hitung $<$ t tabel ($2,242 < 2,571$) dan $\text{sig.}t > \alpha$ ($0,075 > 0,05$). Beban promosi memiliki nilai t hitung $>$ t tabel ($2,765 > 2,571$) dan $\text{sig.}t < \alpha$ ($0,04 < 0,05$). Simpulan yang diperoleh berdasarkan nilai t hitung, t tabel, dan $\text{sig.}t$ adalah biaya kegagalan internal dan beban promosi berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan. Biaya kegagalan eksternal tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan. (B)

Kata kunci: Kinerja penjualan, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal, beban promosi