

¹**Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Darul'Ulum Lamongan**

^{2,3}**Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Darul'Ulum Lamongan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan pengembangan produk terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok CV.ULUNG Baureno Bojonegoro. penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pihak manajemen dari Perusahaan Rokok CV.ULUNG Baureno Bojonegoro. teknik pengambilan sampel dengan jumlah 30 orang. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah Regresi Linier Berganda, uji hipotesis meliputi uji t yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variable promosi dan variable pengembangan produk secara parsial terhadap volume penjualan. Dari hasil analisis didapat hasil uji t variabel promosi nilai $t_{hitung} 1,116 < t_{tabel} 2,052$ yang menyatakan promosi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan dan variabel pengembangan produk nilai $t_{hitung} 3,280 < t_{tabel} 2,052$ yang menyatakan pengembangan produk berpengaruh terhadap volume penjualan. Sedangkan secara simultan berpengaruh dapat dibuktikan dari hasil nilai $f_{hitung} > f_{tabel} 34,928 > 3,34$

Kata kunci :Promosi, Pengembangan Produk, Volume Penjualan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “**PENGARUH PROMOSI DAN PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP VOLUME**