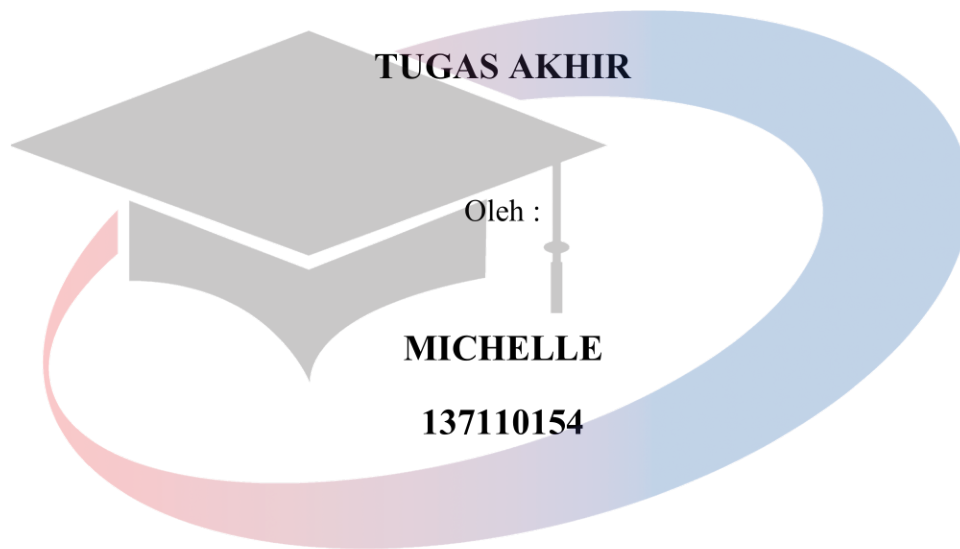


**ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. PRIMASON
INDO BARU MEDAN**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MIKROSKIL
MEDAN
2017**

**THE ANALYSIS OF PRICING STRATEGIES AND PROMOTION TO
INCREASE THE SALES VOLUME ON PT. PRIMASON INDO BARU
MEDAN**

FINAL RESEARCH



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2017

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. PRIMASON
INDO BARU MEDAN

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

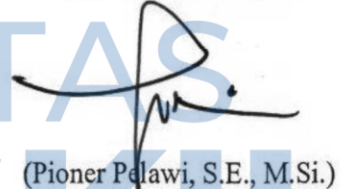
MICHELLE
NIM: 13.711.0154

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

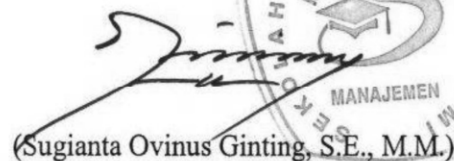

(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

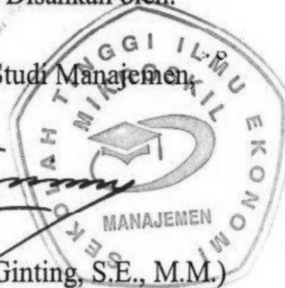

(Pioner Pelawi, S.E., M.Si.)

Medan, 26 Juli 2017

Diketahui dan Disahkan oleh:

Ketua Program Studi Manajemen


(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)



LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Michelle
NIM : 137110154
Peminatan : Manajemen

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut.

Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Penetapan Harga dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Primason Indo Baru Medan
Tempat Penelitian : PT. Primason Indo Baru Medan
Alamat Tempat Penelitian : Komplek Grand Cemara / B No. 88 CH – CI, Medan
No. Telepon Tempat Penelitian : 061-6622214

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil kerja saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 26 Juli 2017
Saya yang membuat pernyataan,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga dan promosi terhadap volume penjualan pada PT. Primason Indo Baru. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Medan dimana 165 toko yang melakukan pembelian berulang dijadikan sampel untuk penelitian ini yaitu 78 toko. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang dibagikan kepada pembeli dimana pernyataannya mengenai indikator harga, promosi dan volume penjualan pada PT. Primason Indo Baru Medan.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan statistik yang menggunakan alat analisis regresi linear berganda, pengujian signifikan simultan dan pengujian signifikan parsial. Pengerjaan metode analisis data menggunakan bantuan SPSS 19. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan 78 toko sebagai sampel penelitian yang ditarik berdasarkan *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan pengolahan SPSS, diketahui bahwa terdapat pengaruh secara simultan harga dan promosi terhadap volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari regresi linear berganda yaitu $\text{Volume Penjualan} = 2,932 - 0,335(\text{Harga}) + 0,676(\text{Promosi})$, sedangkan nilai determinasi $R = 0,561$. Dengan demikian besarnya pengaruh yang diberikan oleh faktor independen yaitu harga dan promosi terhadap volume penjualan yaitu sebesar $R^2 = 29,7\%$, sedangkan sisanya sebesar $70,3\%$ dipengaruhi oleh variabel lain di luar ruang lingkup penelitian yang dilakukan.

Kata Kunci : Harga, Promosi, dan Volume Penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is influence of price and promotion to sales volume at PT. Primason Indo Baru Medan. The population in this study is the buyers where 165 stores of buyers population who make repeat purchases as sample for this study is 78 stores. The data collected by using a questionnaire distributed to the buyer where the question regarding the indicators of price, promotion and sales volume at PT. Primason Indo Baru Medan.

The analytical method used is descriptive and statistical analysis method that uses linear multiple regression analysis, significant Tests And Testing simultaneous partial significant. The execution method of data analysis using SPSS 19. The data used is primary and secondary data. This research using 78 stores in the sample Participants were drawn by Purposive Sampling.

Based on the results of research and discussion conducted by using SPSS processing, it is known that there are simultaneous influence between independent variables price and promotion of sales volume. It can be seen from multiple linear regression that is $Sales\ Volume = 2.932 - 0.335(Price) + 0.676(Promotion)$, where as determination value $R = 0.561$. Thus the influence of independent factor is price and promotion to sales volume that is equal to $R^2 = 29.7\%$, while the rest equal to 70.3% influenced by other variable outside the scope of research conducted.

Keywords: Price, Promotion, Sales Volume

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Pertama – tama, saya mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena berkat karunia dan rahmat-Nya, saya mempunyai kesempatan dan kesehatan yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini berjudul “Analisis Pengaruh Strategi Penetapan Harga dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Primason Indo Baru Medan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan promosi terhadap volume penjualan pada PT. Primason Indo Baru Medan yang sekaligus memenuhi persyaratan yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada STIE Mikroskil.

Penelitian menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang dikarenakan oleh keterbatasan kemampuan, fasilitas, waktu dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang merupakan masukan bagi peneliti untuk kesempurnaan skripsi ini.

Peneliti juga telah mendapatkan banyak bimbingan, wawasan, dorongan, motivasi, nasehat dan saran dari beberapa pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sewajarnya patut mengucapkan haturan terima kasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Mikroskil Medan yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membantu penelitian menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Eko Yuliawan, S.E., M.Si., selaku Dosen Penguji I telah membimbing dan memberikan masukan serta arahan kepada penulis selama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

4. Ibu Maggee Senata, S.E, selaku sekretaris Jurusan Manajemen STIE Mikroskil Medan dan Dosen Penguji II telah membimbing dan memberikan masukan serta arahan kepada penulis selama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku ketua STIE Mikroskil Medan
6. Bapak Djoni, S.Kom, M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE-STMIK Mikroskil Medan.
7. Bapak / Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Mikroskil Medan yang telah memberikan banyak kontribusi dan pengetahuan.
8. Manajemen dan seluruh staff Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Mikroskil Medan.
9. Orang tua, keluarga, kerabat, dan semua teman-teman yang telah memberikan dorongan moril maupun materil sampai selesainya skripsi ini.
10. Responden PT. Primason Indo Baru yang bersedia menjadi objek dalam penelitian ini.

Medan, 26 Juli 2017

Peneliti

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Michelle

NIM: 137110154

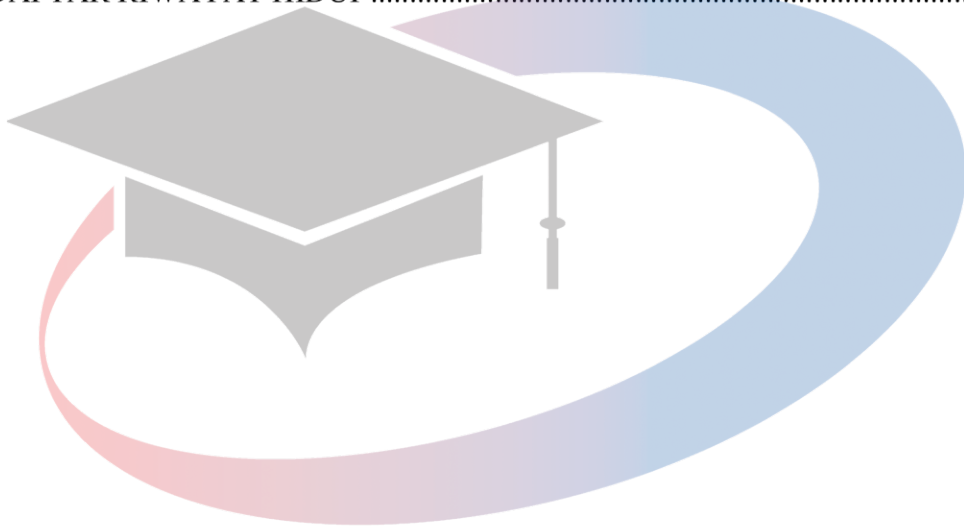
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Originalitas	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Harga	7
2.1.1.2 Peranan Harga	8
2.1.1.3 Tujuan Penetapan Harga	9
2.1.1.4 Faktor yang mempengaruhi Penetapan Harga.....	13
2.1.1.5 Strategi Penetapan Harga	17
2.1.1.6 Indikator Harga.....	22
2.1.2 Promosi.....	22
2.1.2.1 Pengertian Promosi.....	22
2.1.2.2 Tujuan Promosi	23
2.1.2.3 Jenis-Jenis Bauran Promosi.....	25

2.1.2.4	Faktor-Faktor yang mempengaruhi promosi	31
2.1.2.5	Metode pembuatan anggaran promosi	33
2.1.2.6	Indikator Promosi	34
2.1.3	Volume penjualan.....	35
2.1.3.1	Pengertian Volume Penjualan	35
2.1.3.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan	36
2.1.3.3	Indikator Volume Penjualan.....	37
2.2	Review Penelitian Terdahulu.....	37
2.3	Kerangka Konseptual.....	39
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	39
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Objek Penelitian.....	44
3.3	Populasi dan Sampel.....	44
3.3.1	Populasi	44
3.3.2	Sampel	44
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5	Definisi Operasional Variabel	46
3.6	Metode Analisis Data	48
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	48
3.6.2	Pengujian Kualitas Data	48
3.6.2.1	Uji Validitas	48
3.6.2.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik	49
3.6.3.1	Uji Multikolonieritas	49
3.6.3.2	Uji Normalitas	49
3.6.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	50
3.6.3	Pengujian Hipotesis	51
3.6.4.1	Metode Regresi Linear Berganda.....	51

3.6.4.2 Uji Signifikan Simultan (Uji-f)	51
3.6.4.3 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	52
3.6.4.4 Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	54
4.1.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	55
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	59
4.1.3 Gambaran Umum Responden (Demografi)	60
4.1.3.1 Jenis Kelamin Responden	60
4.1.3.2 Usia Responden.....	61
4.1.3.3 Pendidikan Responden	61
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif	62
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data.....	64
4.1.5.1 Uji Validitas	64
4.1.5.2 Uji Reliabilitas.....	67
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
4.1.6.1 Uji Multikolonieritas	68
4.1.6.2 Uji Normalitas	69
4.1.6.3 Uji Heterokedastisitas.....	71
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	73
4.1.7.1 Metode Regresi Linear Berganda.....	73
4.1.7.2 Uji Secara Simultan (Uji-f)	74
4.1.7.3 Uji Secara Parsial (Uji-t)	75
4.1.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)	76
4.2 Pembahasan	76
4.2.1 Analisis Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan ..	77
4.2.2 Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan.....	78

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	105



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Primason Indo Baru	56
Gambar 4.2 Uji Normalitas Histogram	69
Gambar 4.3 Uji Normalitas P-P Plot	70
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas	72



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tujuan Penetapan Harga	12
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Gambaran Usia Responden	61
Tabel 4.4 Gambaran Latar Belakang Pendidikan Responden	62
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Harga	63
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Promosi	63
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Volume Penjualan	64
Tabel 4.8 Uji Validitas Harga	65
Tabel 4.9 Uji Validitas Promosi	66
Tabel 4.10 Uji Validitas Volume Penjualan	66
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Harga	67
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Promosi	67
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Volume Penjualan	68
Tabel 4.14 Uji Multikolonieritas	68
Tabel 4.15 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	71
Tabel 4.16 Uji Glesjer	73
Tabel 4.17 Persamaan Regresi	73
Tabel 4.18 Uji Secara Simultan (Uji-f)	74
Tabel 4.19 Uji Secara Parsial (Uji-t)	75
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 2a Data Jawaban Responden Variabel Harga Sampel Penelitian	87
Lampiran 2b Data Jawaban Responden Variabel Promosi Sampel Penelitian	89
Lampiran 2c Data Jawaban Responden Variabel Volume Penjualan Sampel Penelitian.....	91
Lampiran 3a Uji Validitas Variabel Harga Sampel Penelitian.....	93
Lampiran 3b Uji Validitas Variabel Promosi Sampel Penelitian.....	94
Lampiran 3c Uji Validitas Variabel Volume Penjualan Sampel Penelitian.....	94
Lampiran 4a Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	94
Lampiran 4b Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	95
Lampiran 4c Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan.....	95
Lampiran 5 Uji Normalitas.....	95
Lampiran 6 Hasil Uji f dan t dan Analisis Linier Berganda.....	96
Lampiran 7 Distribusi Nilai rtabel Signifikansi 5% dan 1%.....	97
Lampiran 8 Titik Persentase Distribusi t (dk = 1-40).....	999
Lampiran 9 Distribusi tabel F.....	1012
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	1045

UNIVERSITAS
MIKROSKIL