

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PAKET TOUR
PADA PT.CHARISMA RASA SAYANG TRAVEL MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

Vinna Audina

127110106



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2016

THE INFLUENCE OF PRICE AND PROMOTION TOWARDS TOUR PACKAGE SALES

VOLUME AT PT. CHARISMA RASA SAYANG TRAVEL MEDAN

FINAL RESEARCH

By :

Vinna Audina

127110106



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PAKET TOUR PADA PT. CHARISMA RASA SAYANG TRAVEL MEDAN

SKRIPSI

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

Oleh :

VINNA AUDINA
127110106

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I



(Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M.)

Dosen Pembimbing II



(Ir. M. Yamin Siregar, M.M.)

Medan, 03 Agustus 2016
Diketahui dan Disahkan Oleh :
Ketua Program Studi Manajemen



(Eko Yuliawan, S.E., M.Si)

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

SURAT PERNYATAAN

Perihal : Tugas Akhir

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Vinna Audina
Nim : 127110106
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Konsentrasi Bidang : Manajemen Bisnis
Jenjang Studi : SI

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Paket Tour Pada PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan
Tempat Penelitian : PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan
Alamat Penelitian : Jalan Brigjen Katamsno No. 45-R, Medan 20159 Sumatera Utara, Indonesia
Telepon Tempat Penelitian : 061-4558333

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penelitian dan penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil kerja saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakan). Jika dikemudian 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.

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

Medan, 03 Agustus 2016

Saya yang membuat pernyataan,



(Vinna Audina)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap volume penjualan pada PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli paket tour pada PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan selama periode tahun 2015 dengan sampel sebanyak 106 konsumen. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pembagian kusioner dan menggunakan data observasi. Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22 dalam pengolahan data. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian, secara parsial penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan dan promosi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan. Secara simultan penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan. Angka *Adjusted R Square* meunjukkan bahwa sebesar 19,9% variabel volume penjualan dipengaruhi oleh harga dan promosi, sedangkan sisanya sebesar 80,1% volume penjualan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : harga, promosi, volume penjualan

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the influence of price and promotion towards the sales volume at PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan. The populations used in this research are the customers whom purchased the tour packages at PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan throughout the year 2015 with total sample of 106 customers. The data collection was done by sending out questionnaire and by data observing. The researcher used SPSS Version 22 Program in order to process the data. The analysis method used was the multiple linear regression analysis. The result of this research partially shows that price influences the sales volume at PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan and promotion doesn't influence the sales volume at PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan. Simultaneously, this reasearch shows that price and promotion significantly influence the sales volume at PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan. The number Adjusted R Square shows that 19.9% sales volume variable is influenced by price and promotion, meanwhile the rest at 80.1% is influenced by another varibales which weren't reviewed in this research.

Keywords : price, promotion, sales volume

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia yang dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari salah satu kriteria penyelesaian studi akhir. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis berusaha sebaik mungkin dalam menerapkan apa yang telah dipelajari selama ini. Namun penulis menyadari bahwa skripsi ini kurang sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan untuk memperbaiki dan menyempurnakan tulisan ini.

Selama menyelesaikan skripsi ini maupun selama mengikuti proses perkuliahan, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan ikhlas kepada :

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M. selaku Pembimbing I sekaligus sebagai Ketua STIE Mikroskil Medan, yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Ir.M. Yamin Siregar, M.M. selaku Pembimbing II sekaligus sebagai Wakil Ketua Jurusan Manajemen STIE Mikroskil Medan, yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan demi kesempurnaan skripsi ini.
3. Ibu Hanny Siagian, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah

- memberikan penulis saran dan kritik yang membangun dalam penulisan ini.
4. Ibu Ella Silvana Ginting, S.E., M.Si selaku Dosen Pembanding II yang telah memberikan penulis saran dan kritik yang membangun dalam penulisan ini.
 5. Bapak Eko Yuliawan, S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
 6. Bapak Pioner Pelawi, S.E.,M.Si., selaku Sekertaris Program Studi.
 7. Bapak Djoni, S.Kom., M.TI., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
 8. Bapak Paulus, S.kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
 9. Bapak Saliman, S.T., selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
 10. Seluruh staf dan dosen pengajar STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
 11. Kepada PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan dan Seluruh karyawan yang telah bersedia memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengambil data yang dibutuhkan dalam pembuatan skripsi ini
 12. Kepada kedua orang tua, yang telah memberikan dukungan moral kepada penulis dan bantuan yang besar sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Medan, 03 Agustus 2016

Penulis

(Vinna Audina)

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.2 Harga.....	10
2.2.2.1 Pengertian Harga.....	10
2.2.2.2 Peranan Harga.....	11
2.2.2.3 Tujuan Penetapan Harga.....	12

2.2.2.4	Variabel Harga.....	16
2.2.3	Promosi.....	16
2.2.3.1	Pengertian Promosi.....	18
2.2.3.2	Tujuan Promosi.....	18
2.2.3.3	Bauran Promosi.....	21
2.2.4	Penjualan dan Volume Penjualan.....	29
2.2.4.1	Pengertian Penjualan dan Volume Penjualan.....	29
2.2.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan...30	
2.3	Kerangka Konseptual.....	32
2.4	Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		36
3.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	36
3.1.1	Sejarah Perusahaan.....	36
3.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	37
3.1.3	Deskripsi Pekerjaan.....	38
3.2	Jenis Penelitian.....	42
3.3	Lokasi Penelitian.....	43
3.4	Populasi dan Sampel.....	44
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	45
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	46
3.7	Metode Analisis Data.....	49
3.7.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	49
3.7.1.1	Uji Validitas.....	49
3.7.1.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.2.1	Uji Normalitas.....	50
3.7.2.2	Uji Multikolonieritas.....	51
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.7.4	Uji Hipotesis.....	54

3.7.4.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	54
3.7.4.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	54
3.7.5	Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R</i> ²).....	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....57

4.1	Hasil Penelitian.....	57
4.1.1	Analisis Deskriptif.....	57
4.1.1.1	Deskriptif Konsumen.....	57
4.1.1.2	Deskriptif Responden.....	58
4.1.1.3	Deskriptif Variabel Penelitian.....	60
1.	Variabel Harga (X_1).....	62
2.	Variabel Promosi (X_2).....	63
3.	Variabel Volume Penjualan (Y).....	65
4.1.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	65
4.1.2.1	Uji Validitas.....	65
4.1.2.2	Uji Reliabilitas.....	67
4.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.1.3.1	Uji Normalitas.....	68
4.1.3.2	Uji Multikolonieritas.....	71
4.1.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.1.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.1.5	Uji Hipotesis.....	74
4.1.5.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	74
4.1.5.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	76

4.1.6	Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	77
4.2	Pembahasan.....	77
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan.....	77
4.2.2	Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan.....	78
4.2.3	Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Volume Penjualan.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....80

5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA.....82

LAMPIRAN.....85

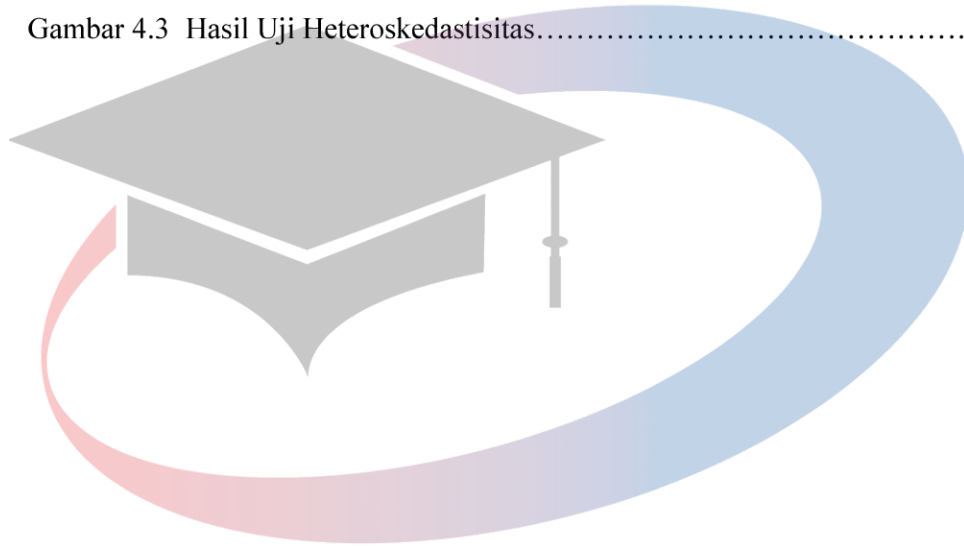


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Skala Likert.....	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 4.1 Penjualan Paket Tour pada PT. Charisma Rasa Sayang Travel Medan Tahun 2013-2015.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden.....	61
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X_1).....	62
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X_2)....	63
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Volume Penjualan (Y).....	65
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov – Smirnov).....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas.....	71
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	76
Tabel 4.16 Hasil Kofiesien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	38
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot).....	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Jawaban Responden.....	88
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	98
Lampiran 4 Tabel Distribusi t.....	103
Tabel Distribusi F.....	104
Tabel Distribusi r.....	105
Lampiran 5 Wawancara.....	107
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	108



UNIVERSITAS
MIKROSKIL