

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA CAFE ICLAZ MEDAN

**Oleh:
Yusneni Halawa
190311039**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap volume penjualan dengan rumusan masalah : bagaimana pengaruh promosi dan harga terhadap volume penjualan pada Cafe Iclaz Medan secara parsial dan simultan` dari hasil jumlah sampel =83,16 dibulatkan menjadi 83 maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 83 responden. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 83 orang responden maka dapat disimpulkan bahwa Promosi (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan Variabel Promosi nilai t-hitung (4,328) lebih besar dari pada t-tabel (1,990) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H1 diterima. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 83 orang responden maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan variabel Harga nilai t-hitung (6,708) lebih besar dari pada t-tabel (1,990) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H2 diterima. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 83 orang responden maka dapat disimpulkan bahwa Promosi (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan (Y) hal ini ditunjukkan dari pengujian simultan dapat dilihat bahwa F-hitung $>$ F-tabel yaitu $45,066 > 2,71$ dan nilai signifikansi $= 0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0,530 atau 53,0 % dimana ini menunjukkan adanya hubungan antara variabel Promosi dan Harga terhadap Volume Penjualan dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Volume Penjualan

INFLUENCE OF PROMOTION AND PRICE ON VOLUME SALES AT CAFE ICLAZ MEDAN

Oleh:
Yusneni Halawa
190311039

ABSTRAC

The study was intended to know the impact of promotion and price on volume sales with problem formula: how the impact of the sales volume at cafe iclaz fields was partial and simultaneous' of the number of samples = 83.16 was rounded up to 83 then the number of samples in this study was 83 respondents. The value of the promotional value t-count (4.328) is greater than the t-table (1.990) or is perceived by the value of significant 0,000. Then h1 confirmed. The result of studies conducted on 83 respondents would be concluded that prices (x2) significantly affect the volume of the sale (y) is shown by significant variable value value t-arithmetic (6.708) greater than the t-table (1.990) or can be seen by the value of significant $0,000 < 0.05$). According to the results of studies conducted on 83 respondents, it is concluded that the sale (x1) and prices (x2) significantly affect the volume of sales (y), this is shown from parallel testing, that f-count > f-table, $45.066 > 2.71$, and significant value =0,000 0.05 and 53.0 % of the value of deter

Keywords: Promotion, Price, Sales

SARI MUTIARA
INDONESIA