

ABSTRACT

The research was conducted on Bangunperkasa Adhitamasentra Limited. The phenomenon that occurs is an increase in the selling price and the cost of promotion but sales volume has decreased. The purpose of this study was determine the effect of the selling price to sales volume, the effect of sales promotion cost to sales volume and also the effect of the selling price and sales promotion cost to sales volume.

. The method use in this research is descriptive methods. Sampling technique used was purposive sampling with a sample size for 10 years. The test statistic used is multiple linier regression analysis, correlation analysis, and the determination coefficient, F test and t test using SPSS 22 version.

The result of research conducted showed that the selling price and trending positive significant effect on sales volume with high relationship criteria, the cost of the promotion and trending negative significant effect on the volume of sales, it is suggested that the company should concerns on makes selling price decision.

Keywords : Selling Price, Promotion Cost, Sales Volume



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di PT. Bangunperkasa Adhitamasentra. Meneliti gejala yang terjadi dimana adanya peningkatan harga penjualan dan biaya promosi tetapi volume penjualan mengalami penurunan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga jual terhadap volume penjualan, pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan serta pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah data harga jual, data biaya promosi dan data volume penjualan dengan menggunakan metode dokumentasi, observasi dan interview. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga jual terhadap volume penjualan dan biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Harga jual dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan.

Kata Kunci : Harga Jual, Biaya Promosi dan Volume Penjualan

