

ABSTRACT

The Influence of The Sales Price to Selling Volume: Studies on PT Rentang Buana Niaga Makmur

This study is for assessing the impacts of the sale price to selling volume. Price is the value that will be issued consumers to obtain certain products, so the price can determine the consumer's decision to get a product which will further increase sales volume.

This subject from this study is PT. Range Buana Niaga Makmur who sell multiple products. The object of research is the selling price mattress, divan, two in one, single beds, backrest and spring bed with a period of 6 months from January to June 2014. This study tested using SPSS where the sale price as the independent variable, while the volume sales as the dependent variable.

The test results showed that the selling price matrass, divan, two in one, single beds, backrest and spring bed not have a significant effect on the level of the company's sales volume. These results can be seen with the R-square or r determination of the mat (0.5%), divan (11.6%), two in one (3.9%), single beds (3.1%), backrest (2, 5%), and springbed (0.6%) of the sales volume of each.

Keywords: Price, Product, Sales, and Sales Volume.

ABSTRAK

Pengaruh Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan: Studi pada PT Rentang Buana Niaga Makmur

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh harga jual terhadap volume penjualan. Harga adalah nilai yang akan di keluarkan konsumen untuk memperoleh produk tertentu, sehingga harga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk mendapatkan suatu barang yang selanjutnya akan meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini dilakukan terhadap PT Rentang Buana Niaga Makmur yang menjual beberapa produk. Objek penelitian adalah harga jual terhadap produk matras, divan, two in one, single bed, sandaran dan spring bed dengan periode selama 6 bulan dari bulan Januari – Juni tahun 2014. Penelitian ini diuji dengan menggunakan program SPSS dimana harga jual sebagai variable independen, sedangkan volume penjualan sebagai variable dependen.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga jual matrass, divan, two in one, single bed, sandaran dan springbed tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat volume penjualan perusahaan. Hasil ini dapat dilihat dengan R square atau r determinasi sebesar matras (0,5%), divan (11,6%), two in one (3,9%), single bed (3,1%), sandaran (2,5%), dan springbed (0,6%) terhadap volume penjualannya masing-masing.

Kata-kata Kunci: Harga, Produk, Penjualan, dan Volume Penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	5
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 Produk.....	5

2.1.2	Harga.....	11
2.1.3	Penjualan.....	19
2.1.4	Volume Penjualan.....	21
2.1.5	Penelitian Terdahulu.....	25
2.2	Kerangka Pemikiran.....	25
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Populasi dan Sampel.....	27
3.3	Variabel Penelitian.....	28
3.4	Definisi Operasional Variabel	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Metode Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Hasil Penelitian	32
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	32
4.1.2	Struktur Organisasi, Pembagian Kerja, Wewenang, dan Tanggung Jawab.....	32
4.1.3	Aktivitas Perusahaan.....	37
4.2	Pembahasan.....	39
4.2.1	Analisis Pengaruh Harga Jual (X) Terhadap Volume Penjualan (Y) Matras	40

4.2.2 Analisis Pengaruh Harga Jual (X) Terhadap Volume	
Penjualan (Y) Divan	45
4.2.3 Analisis Pengaruh Harga Jual (X) Terhadap Volume	
Penjualan (Y) Two in One	50
4.2.4 Analisis Pengaruh Harga Jual (X) Terhadap Volume	
Penjualan (Y) Single Bed	54
4.2.5 Analisis Pengaruh Harga Jual (X) Terhadap Volume	
Penjualan (Y) Sandaran	59
4.2.6 Analisis Pengaruh Harga Jual (X) Terhadap Volume	
Penjualan (Y) Springbed	63
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan	68
5.2 Saran	69
 DAFTAR PUSTAKA	70
RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 2 Struktur Organisasi <i>Factory Manager</i>	34
Gambar 3 Skema Aktivitas Perusahaan	38
Gambar 4 Kurva Uji-t Dua Pihak Matras	44
Gambar 5 Kurva Uji-t Dua Pihak Divan	49
Gambar 6 Kurva Uji-t Dua Pihak Two in One	54
Gambar 7 Kurva Uji-t Dua Pihak Single Bed.....	58
Gambar 8 Kurva Uji-t Dua Pihak Sandaran	63
Gambar 9 Kurva Uji-t Dua Pihak Springbed.....	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Pedoman Penjelasan Kekuatan Koefisien Korelasi.....31
Tabel III	Data Harga Jual dan Volume Penjualan.....39