

**PENGARUH HARGA & PROMOSI TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN KABEL DI PT KABELINDO MURNI TBK  
(STUDI KASUS PT KABELINDO MURNI TBK)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Yulius Tyas Aditya Frannes**

**201710325015**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume  
Penjualan Kabel di PT. Kabelindo Murni Tbk.

Nama Mahasiswa : Yulius Tyas Aditya Frannes

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325015

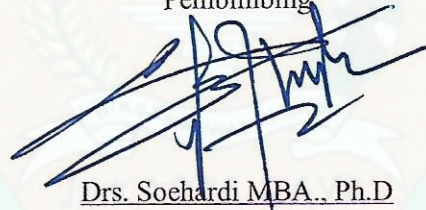
Progam Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Juli 2021

Jakarta, 19 Juli 2021

MENYETUJUI

Pembimbing



Drs. Soehardi MBA., Ph.D

NIDN : 031196604

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap  
Volume Penjualan Kabel Di PT. Kabelindo Murni  
Tbk.

Nama Mahasiswa : Yulius Tyas Aditya Frannes

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325015

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi Dan Bisnis

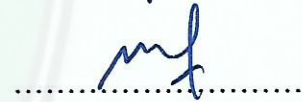
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Juli 2021

Jakarta, 19 Juli 2021  
MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA., Ph.D  
NIDN : 0311096604



Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M  
NIDN : 0325057908



Penguji II : Agus Dharmanto, S.E., M.M  
NIDN : 0305087310



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M  
NIDN : 0329048302

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP  
NIDN : 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulius Tyas Aditya Frannes

NPM : 201710325015

Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 16 Juni 1996

Alamat : Villa Mutiara Gading 2 Blok X 14 No 36

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan kabel di PT. Kabelindo Murni Tbk.” merupakan hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi didapat dari sumber lain yang telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan apa yang saya nyatakan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Manajemen yang nanti saya dapatkan.

Jakarta, 19 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



**Yulius Tyas Aditya Frannes**

**201710325015**

## ABSTRAK

Yulius Tyas Aditya Frannes. **201710325015**. Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan kabel di PT. Kabelindo Murni Tbk.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan. Penelitian ini dilakukan pada PT. Kabelindo Murni Tbk. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, reliabilitas, Uji asumsi klasik, normalitas, multikolineritas, heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, Uji hipotesis, Uji koefisien determinasi, Uji T dan Uji F, dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Populasi dalam penelitian ini adalah 152 orang dengan sampel yang berjumlah 110 orang. Ada pengaruh yang signifikan Harga terhadap volume penjualan dengan nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$  tabel. Ada pengaruh yang signifikan Promosi terhadap volume penjualan dengan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  table. Adanya pengaruh yang signifikan Harga dan Promosi dengan hasil nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel, yang berarti secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Volume Penjualan.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Volume Penjualan.



## ABSTRACT

Yulius Tyas Aditya Frannes. **201710325015**. *The Influence of Price and Promotion on Sales Volume of cable at PT. Kabelindo Murni, Tbk.*

*This research aims to determine partially and simultaneously from the independent variables, namely Price and Promotion of the dependent variable, namely Sales Volume. This research was conducted at PT. Kabelindo Murni Tbk. In this study using a quantitative approach and data analysis used, namely the classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using the SPSS version 23 application. The population in this study were all consumers who made purchase transactions at PT Kabelindo Murni. Tbk with respondents totaling 110 people. Partially the price variable has a significant influence on purchasing decisions with  $t\text{-value} > t\text{ table}$ . And partially the results of the promotion variable have a significant influence on purchasing decisions with  $t\text{ count} > t\text{ table}$ . Meanwhile, based on the simultaneous test results obtained from this study on the variable Price and Promotion, the results of the value of  $F\text{ count} > F\text{ table}$ , which means simultaneously affect the variable Sales Volume.*

**Keywords** : Price, Promotion, Sales Volume.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kuasa dan karunianya saya mampu menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini sebagai untuk memenuhi salah satu syarat gelar sarjana program studi Manajemen Pemasaran. Judul Proposal penulis yang diajukan berjudul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KABEL DI PT. KABELINDO MURNI TBK DI MASA PANDEMI COVID 19”**.

Dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dan mendapatkan saran, dorongan dari pembimbing serta dukungan atau semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Bambang Karsono, Drs, S.H, M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Terima kasih Bapak Christophorus Indra Wahyu Putra, Msi selaku Dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan serta bimbingan dengan baik selama dari semester 1 sampai saat ini.
4. Terima kasih kepada Bapak Drs.Soehardi,MBA.,Ph.D selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan baik selama beberapa bulan ini.
5. Terima kasih kepada Bapak M. Fadhli Nursal S.E,M.M dan Bapak Agus Dhamanto S.E,M.M selaku Dosen penguji yang telah menguji saya dan memberikan motivasi dan nasihat yang sangat bermanfaat.
6. Terimakasih kepada Orang tua saya yang saya cintai, Adik dan semua saudara-saudara saya yang saya hormati dan cinta terima kasih telah mendukung dan menyemangati saya
7. Untuk sahabat sahabat saya FSF, sahabat sahabat saya C1 Manajemen, dan seluruh teman- teman saya, terima kasih karena kalian telah memberikan support, masukan dan memberika doa kepada saya.

8. Untuk Pimpinan marketing, HRD, Bpk.Alvin, serta seluruh teman-teman saya di marketing PT. Kabelindo Murni Tbk saya ucapkan banyak berterima kasih karena kalian semua membantu saya dalam hal pengerjaan skripsi ini, banyak masukan-masukan yang kalian berikan kepada saya.
9. Untuk semua pihak yang telah mendukung saya yang tidak tersebut namanya saya ucapkan banyak terima kasih.

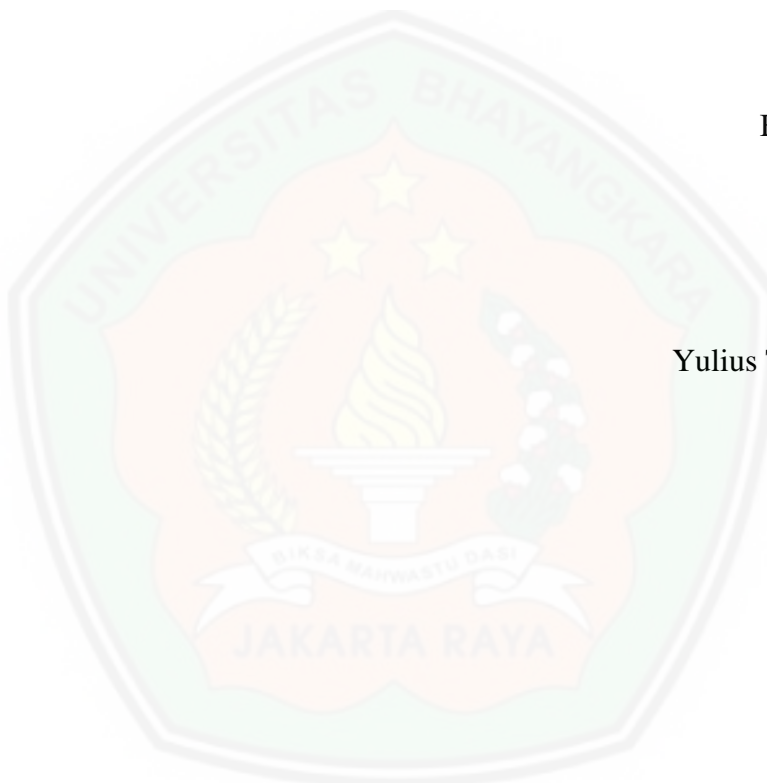
Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Bekasi,19 Juli 2021

Penulis

Yulius Tyas Aditya Frannes

201710325015





# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.2     Pengertian Harga .....	10
2.3     Pengertian Promosi.....	13
2.4     Pengertian Volume Penjualan .....	15
2.5     Penelitian Terdahulu.....	18
2.6     Kerangka Pemikiran .....	25
2.7     Hipotesis.....	26

<b>BAB III.....</b>	<b>27</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain Penelitian .....	27
3.2 Tahapan Penelitian.....	27
3.3 Model Konseptual.....	28
3.4 Operasional Variabel .....	30
3.5 Skala Pengukuran .....	31
3.6 Waktu Dan Tempat Penelitian .....	32
3.7 Populasi.....	32
3.7.1 Metode pengambilan sampel.....	32
3.8 Metode Analisis Data.....	33
3.8.1 Analisis Statistik dan Deskriptif.....	33
3.8.2 Uji Validitas dan Realibilitas .....	34
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	35
3.8.4 Uji Autokorelasi .....	35
3.8.5 Uji Multikolinieritas .....	36
3.8.6 Uji Heteroskedastisitas .....	37
3.8.7 Analisis Regresi Berganda.....	37
3.8.8 Uji Hipotesis.....	39
<b>BAB IV .....</b>	<b>41</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	41
4.1.1 Sejarah perusahaan .....	41
4.1.2 Slogan perusahaan .....	42
4.1.3 Logo perusahaan.....	42
4.1.4 Visi - Misi perusahaan .....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Penyebaran dan pengumpulan kuesioner.....	42
4.2.2 Identitas responden .....	43

4.3	Uji Kualitas Data .....	45
4.3.1	Uji validitas .....	45
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	47
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	48
4.4.1	Uji Normalitas .....	48
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	51
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	51
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.6	Uji Hipotesis.....	53
4.6.1	Uji koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	53
4.6.2	Uji T.....	54
4.6.3	Uji F.....	55
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.7.1	Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan .....	57
4.7.2	Pengaruh Promosi terhadap Volume Penjualan .....	57
4.7.3	Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan. ....	57
<b>BAB V</b>	.....	<b>59</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>59</b>
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Implikasi Manajerial .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Tipe kabel dan harga PT. Kabelindo Murni Tbk .....	2
Table 1.2 Tipe kabel dan harga PT. Voksel Electric Tbk .....	2
Table 1.3 Promosi-promosi untuk costumers PT. Kabelindo Murni Tbk. ....	3
Table 1.4 Data penjualan kabel 2020 PT Kabelindo Murni, Tbk .....	4
Table 2.5 Penelitian Terdahulu.....	19
Table 3.6 Pengukuran Indikator Variabel .....	32
Table 4.7 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	43
Table 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Table 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	44
Table 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	44
Table 4.11 Uji Validitas Harga (X1) .....	45
Table 4.12 Uji Validitas Promosi (X2) .....	46
Table 4.13 Uji Validitas Volume Penjualan (Y) .....	46
Table 4.14 Uji Reliabilitas .....	48
Table 4.15 Uji Normalitas Terhadap Volume Penjualan .....	49
Table 4.16 Uji Normalitas Promosi Terhadap Volume Penjualan .....	49
Table 4.17 Uji Multikolinieritas .....	51
Table 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
Table 4.19 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	53
Table 4.20 Hasil Uji T.....	54
Table 4.21 Hasil Uji F.....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 3.2 Model Konseptual.....	29
Gambar 4.3 Uji Normalitas .....	50
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	51





## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Riset
2. Surat Balasan Riset
3. Uji Referensi
4. Kuesioner Penelitian
5. Tabulasi Harga (X1)
6. Tabulasi Promosi (X2)
7. Tabulasi Volume Penjualan (Y)
8. Hasil Uji Validitas
9. Hasil Uji Reliabilitas
10. Hasil Uji Normalitas
11. Hasil Uji Multikolinearitas
12. Hasil Uji Heteroskedastisitas
13. Hasil Uji Parsial (t)
14. Hasil Uji Simultan (F)
15. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ )
16. Uji Plagiarisme