

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN KAOS KAKI GTMAN DI CARREFOUR DUTA  
MERLIN JAKARTA PUSAT**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
Kashagi  
201410325173**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
TAHUN 2018**



## LEMBAR PERSETIJUAN PEMBIMBING

|                             |                                                                                                                   |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Judul Skripsi               | Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Volume<br>Penjualan Kaos Kaki Gtman Di Carrefour Duta<br>Merlin Jakarta Pusat |
| Nama Mahasiswa              | Kashagi                                                                                                           |
| Nomor Pokok Mahasiswa       | 201410325173                                                                                                      |
| Program Studi Fakultas      | Manajemen Ekonomi                                                                                                 |
| Tanggal Lulus Ujian Skripsi | 12 Juli 2018                                                                                                      |



Pembimbing I

Hadita, S.Pd., M.M  
NIP 031606048

Pembimbing II

Ir. Adlin Nazli Lubis, M.M  
NIP 031611060

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Volume  
Penjualan Kaos kaki Gtman Di CarrefourDuta  
Merlin Jakarta Pusat

Nama Mahasiswa Kashagi

Nomor Pokok Mahasiswa 201410325173

Program Studi Fakultas Manajemen Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi 12 Juli 2018

Bekasi, 1 Agustus 2018

### MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji Drs. Soehardi, M.B.A, Ph.D  
NIP 1612275

Penguji I Haryudi Anas, S.E, MSM  
NIP.031503028

Penguji II Hadita, S.Pd. M.M  
NIP.031606048

### MENGETAHUI

Ketua Program Studi  
Manajemen

M.Fadli Nursal S.E., M.M  
NIP 1602212

Dekan  
Fakultas Ekonomi

Dr. Rorim Panday, M.M., M.T  
NIP 1508228



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul "PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KAOS KAKI GTMAN DI CARREFOUR DUTA MERLIN JAKARTA PUSAT".

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya .

Bekasi 1, Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



Kashagi

201410325173

## ABSTRAK

**Kashagi, 201410325173.** Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Kaos Kaki Gtman Di Carrefour Duta Merlin Jakarta Pusat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga (X1) dan Promosi (X2) Terhadap Volume Penjualan Kaos kaki Gtman (Y) di Carrefour Duta Merlin Jakarta Pusat. penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei, dimana populasi pada penelitian ini adalah pengunjung di Carrefour Duta Merlin yang berjumlah 2.585 orang, maka sampel yang didapat yaitu sebesar 100 orang dengan menggunakan rumus *slovin*. Hasil perhitungan dalam penelitian menggunakan program IBM SPSS Statistik 22. Hasil Uji F menunjukkan bahwa Variabel Harga (X1) dan Promosi (X2) berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan kaos kaki Gtman di Carrefour Duta Merli (Y) karena  $F_{hitung} 94.190 > F_{tabel} 3.09$  dan signifikansi yaitu  $0.000 < 0.05$ . sedangkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh secara parsial karena didapatkan nilai T hitung sebesar  $4.172 > T_{tabel}$  sebesar 1.660. dan variabel Promosi (X2) juga berpengaruh secara parsial karena T hitung sebesar  $6.313 > T_{tabel}$  sebesar 1.660. sedangkan hasil uji koefisien Determinasi R square sebesar 0.660 yang artinya pengaruh Harga (X1) dan Promosi (X2) hanya mampu menjelaskan sebesar 66% terkait dengan volume penjualan (Y) dan sisanya sebesar 34% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Harga, Promosi, Volume Penjualan.

## ABSTRACT

**Kashagi, 201410325173.** *The Influence Of Price And Promotion Of Gtman Footwear Sales Volume In Carrefour Duta Merlin Central Jakarta.*

*This study aims to determine how much influence Price (X1) and Promotion (X2) Against Sales Volume Gtman (Y) in Carrefour Duta Merlin Central Jakarta. This research is a quantitative research with survey method, where the population in this study is pengunjung in Carrefour Duta Merlin which amounted to 2585 people, then the sampel obtained is 100 people using slovin formula. The results of the calculations in the study using the program IBM SPSS Statistics 22. F Test Results show that the Variable Price (X1) and Promotion (X2) simultaneously affect the sales volume of Gtman socks in Carrefour Ambassador Merli (Y) because  $F_{count} 94.190 > F_{table} 3.09$  and the significance of  $0.000 < 0.05$ . while T test results show that the price variabel (X1) partially effect because the value of T arithmetic of  $4.172 > T_{table} 1660$ . and Promotion variable (X2) also influence partially arena T count equal to  $6,313 > T_{table}$  equal to 1660. while the result of coefficient of determination R square equal to 0.660 which mean influence of Price (X1) and Promotion (X2) only able to explain equal to 66% related to sales volume (Y) and the rest equal to 34% influenced by other factors not examined.*

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

## KATA PENGANTAR

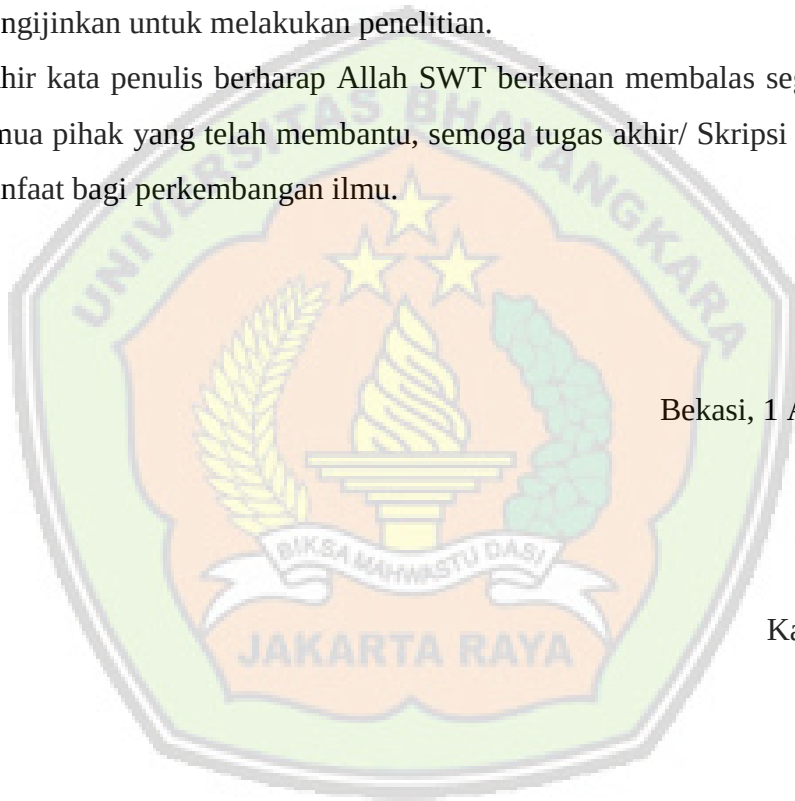
Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Kaos kaki Gtman Di Carrefour Duta Merlin Jakarta Pusat**”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Pemasaran pada fakultas ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dengan penuh hormat ucapan terimakasih, saya ucapkan kepada:

1. Drs. H Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr Rorim Panday, M.M., M.T selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengikuti kegiatan perkuliahan pada proram studi stara satu Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M Fadli Nursal, S.E., M.M selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Hadita S.Pd., M.M selaku Pembimbing satu yang telah memberikan pedoman skripsi baik materi maupun non materi yang jelas dan terarah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
5. Ir.Adlin Nazli Lubis, M.M selaku pembimbing dua yang telah memberikan arahan yang jelas sehingga bsa terselesaikan skripsi ini.
6. Siti Mardiyah, S.E., M.M selaku wakil Dekan rogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis, serta seuruh staf dan karyawan yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.



8. Keluarga Ayah, Ibu, Kakak, dan Adik-adik tersayang dan saya cintai yang telah meluangkan waktu untuk menyemangati mendoakan dan memberi dukungan baik moril maupun materil.
9. Teman-teman fakultas Ekonomi Manajemen kelas B2 angkatan 2014 yang telah memberikan motivasi dan semangat yang tidak penulis sebutkan satu persatu.
10. Siti Zahrania yang elah memberikan dukungan, menyemangati, mendoakan dan mengingatkan penulis akan pentingnya skripsi.
11. Keluarga besar PT. Ricky Putra Globalindo yang telah membantu dan mengijinkan untuk melakukan penelitian.

Akhir kata penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, semoga tugas akhir/ Skripsi ini membawa manfaat bagi perkembangan ilmu.



Bekasi, 1 Agustus, 2018

Kashagi

## DAFTAR ISI

|                                                              | Halaman     |
|--------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                              | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                               | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                               | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                         | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                        | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                  | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                      | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                    | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                    | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                              | 1           |
| 1.2 Rumusan Pemasalahan.....                                 | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                   | 6           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                  | 6           |
| 1.5 Batasan Masalah.....                                     | 7           |
| 1.6 Sistematika penulisan .....                              | 7           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                         | <b>9</b>    |
| 2.1 LandasanTeori .....                                      | 9           |
| 2.2 Manajemen Pemasaran.....                                 | 9           |
| 2.2.1 Konsep Pemasaran .....                                 | 11          |
| 2.2.2 Tujuan Kegiatan Pemasaran .....                        | 12          |
| 2.3 Volume Penjualan .....                                   | 12          |
| 2.3.1 Pengertian Volume Penjualan .....                      | 12          |
| 2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Volume Penjualan ..... | 13          |
| 2.4 Promosi .....                                            | 14          |
| 2.4.1 Pengertian Promosi .....                               | 14          |
| 2.4.2 Indikator Promosi Penjualan .....                      | 18          |

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| 2.4.3 Tujuan Promosi Penjualan .....       | 19        |
| 2.5 Harga .....                            | 21        |
| 2.5.1 Pengertian Harga .....               | 21        |
| 2.5.2 Indikator- Indikator Harga.....      | 22        |
| 2.5.3 Kebijakan Harga Retailer .....       | 22        |
| 2.5.4 Tujuan Penetapan Harga .....         | 24        |
| 2.6 PenelitianTerdahulu .....              | 25        |
| 2.7 Kerangka Berpikir .....                | 27        |
| 2.8 Hipotesis.....                         | 28        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b> | <b>29</b> |
| 3.1 Desain Penelitian.....                 | 29        |
| 3.2 Tahapan penelitian.....                | 29        |
| 3.3 Model Konseptual Penelitian.....       | 30        |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel .....    | 31        |
| 3.5 Instrumen Penelitian.....              | 32        |
| 3.6 Jenis dan Sumber Data .....            | 33        |
| 3.7 Waktu dan tempat penelitian.....       | 34        |
| 3.8 Metode Pengambilan Sampel.....         | 34        |
| 3.9 Teknik Pengumpulan Data .....          | 35        |
| 3.9.1 Kuesioner (Angket) .....             | 35        |
| 3.10 Metode Analisis Data .....            | 37        |
| 3.11 Uji Kualitas Data.....                | 38        |
| 3.11.1 Uji Validitas .....                 | 38        |
| 3.11.2 Uji Reliabilitas.....               | 39        |
| 3.12 Analisis Deskriptif.....              | 39        |
| 3.13 Uji Asumsi Klasik .....               | 39        |
| 3.13.1 Uji Normalitas .....                | 39        |
| 3.13.2 Uji Linieritas .....                | 41        |

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| 3.13.3 Uji Multikolonieritas .....                 | 41        |
| 3.13.4 Uji Heterokedastisitas .....                | 41        |
| 3.13.5 Uji Autokorelasi .....                      | 42        |
| 3.14 Uji Hipotesis .....                           | 43        |
| 3.14.1 Uji T (Parsial).....                        | 43        |
| 3.14.2 Uji F (Simultan) .....                      | 43        |
| 3.15 Analisis Regresi Berganda .....               | 44        |
| 3.16 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....      | 45        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> | <b>46</b> |
| 4.1 Profil Perusahaan .....                        | 46        |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....             | 46        |
| 4.1.2. Visi Dan Misi Perusahaan .....              | 47        |
| 4.1.3. Lokasi Perusahaan .....                     | 47        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                         | 48        |
| 4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner .....   | 48        |
| 4.2.2 Identitaas Responden .....                   | 48        |
| 4.2.2.1 Karakteristik Usia.....                    | 48        |
| 4.2.2.2 Karakteristik Jenis Kelamin.....           | 49        |
| 4.2.2.3 Karakteristik Status .....                 | 50        |
| 4.2.2.4 Karakteristik Tingkat Pendapatan .....     | 50        |
| 4.2.3 Analisa Data .....                           | 51        |
| 4.2.3.1 Uji Validitas .....                        | 51        |
| 4.2.3.2 Uji Reabilitas.....                        | 53        |
| 4.2.4 Uji Statistik Deskriptif .....               | 55        |
| 4.2.5 Uji Asumsi klasik .....                      | 61        |
| 4.2.5.1 Uji Normalitas .....                       | 61        |
| 4.2.5.2 Hasil Uji Linieritas.....                  | 63        |
| 4.2.5.3 Uji Multikolinieritas .....                | 63        |

|                                                        |           |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2.5.4 Uji Heteroskedastisitas .....                  | 64        |
| 4.2.5.5 Uji Autokorelasi .....                         | 65        |
| 4.2.6 Hasil Uji Hipotesis .....                        | 66        |
| 4.2.6.1 Hasil Uji T (Pengujian Secara Parsial).....    | 66        |
| 4.2.6.2 Uji F (Pengujian Secara Simultan).....         | 67        |
| 4.2.7 Analisis Regresi Linear Berganda .....           | 67        |
| 4.2.8 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....         | 68        |
| 4.2.9 Pembahasan .....                                 | 69        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL .....</b> | <b>71</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                    | 71        |
| 5.2 ImplikasiManajerial .....                          | 71        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                                  |           |
| <b>LAMPIRAN</b>                                        |           |







## DAFTAR TABEL

|                                                              | Halaman |
|--------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1 Harga Nama Perusahaan Kaos Kaki Di Carrefour.....  | 2       |
| Tabel 1.2 Data Penjualandan Target PenjualanUchiParfum ..... | 4       |
| Tabe l 2.1 PenelitianTerdahulu .....                         | 26      |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel.....                          | 32      |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....                                 | 37      |
| Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Umur .....         | 48      |
| Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....      | 49      |
| Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Status .....             | 50      |
| Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendapatan ..... | 50      |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Harga .....                    | 52      |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Promosi .....                  | 52      |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Volume Penjualan .....         | 53      |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Harga .....                 | 53      |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....                | 54      |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Volume Penjualan .....       | 54      |
| Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Harga .....             | 55      |
| Tabel 4.12 Frekuensi Harga .....                             | 56      |
| Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskriptif Promosi.....            | 57      |
| Tabel 4.14 Frekuensi Promosi .....                           | 58      |
| Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskriptif Volue Penjualan.....    | 59      |
| Tabel 4.16 Frekuensi Volume Penjualan .....                  | 60      |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Kolmogorof Smirnov.....                 | 62      |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.18 Hasil Uji Linieritas .....                     | 63 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....               | 64 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Autokorelasi.....                    | 65 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji T (Parsial) .....                    | 66 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji F (Simultan).....                    | 67 |
| Tabel 4.23 Hasil Uji Analisa Linier Berganda.....         | 68 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... | 69 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                              | Halaman |
|--------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1 Grafik Penjualan Dan Target Gtman Kaos Kaki ..... | 4       |
| Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Teoritis.....                   | 27      |
| Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian .....                 | 31      |
| Gambar 4.1 Grafik Histogram Harga.....                       | 56      |
| Gambar 4.2 Grafik Histogram Promosi .....                    | 58      |
| Gambar 4.3 Grafik Histogram Volume Penjualan .....           | 60      |
| Gambar 4.4 Grafik Histogram P-Plot .....                     | 61      |
| Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....               | 65      |



