**PENGARUH *PRICE POLICY* DAN *ADVERTISING***

**TERHADAP VOLUME PENJUALAN**

**PADA PT. SOCFINDO**

**MATAPAO**

**SKRIPSI**

****

**Suryaningsih**

**153114190**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS MUSLIM NUSANTARA AL WASHLIYAH**

**MEDAN**

**2019**



**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama : Suryaningsih**

**NPM : 153114190**

**Program Studi : Manajemen**

**Fakultas : Ekonomi**

**Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)**

**Judul Skripsi : Pengaruh price policy dan advertising terhadap volume penjualan pada PT Socfindo Matapao**

**.**

Mengetahui

Pembimbing I Pembimbing II

**Rukmini, SE, M.Si Sari Wulandari, SE, M.Si**

**NIDN : 0127026501 NIDN. 0121078704**

Diuji pada tanggal :

Judisium :

Ketua Sekretaris

**H. Hardi Mulyono Shita Tiara**

**PENGARUH *PRICE POLICY* DAN *ADVERTISING***

**TERHADAP VOLUME PENJUALAN**

**PADA PT. SOCFINDO**

**MATAPAO**

**Suryaningsih**

**153114190**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Price Policy* dan *Advertising* terhadap Volume Penjualan Pada PT. Socfindo Matapao. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sampel yang dipakai yaitu diambil menggunakan metode rumus Slovin dan di dapat jumlah sampel sebanyak 80 karyawan PT. Socfindo Matapao. Hasil analisis t hitung untuk variabel *Price Policy* (X1) sebesar 1.651 dan t tabel sebesar 1.664. maka t hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai t tabel atau 1.651 < 1,664 dengan nilai probabilitas 0,05 atau 0,103 > 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima sehingga variabel X1 memiliki kontribusi terhadap Y. Hasil analisis diperoleh nilai t hitung untuk variabel *Advertising* (X2) sebesar 12.452 dan t tabel sebesar 1,664. Maka t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel atau 12.452 > 1.664 dengan nilai probabilitas 0,05 atau 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga variabel X2 memiliki kontribusi terhadap Y. Diketahui nilai R square sebesar 0.972. Hal ini berarti bahwa pengaruh variable X terhadap variable Y adalah sebesar 97.2%, sedangkan sisanya sebesar 0.028 atau 2.8 % dipengaruhi variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Price Policy*, *Advertising*, Volume Penjualan

***EFFECT OF PRICE POLICY AND ADVERTISING ON SALES VOLUME IN PT. SOCFINDO MATAPAO***

**Suryaningsih**

**153114190**

***Abstract***

*This study aims to determine the effect of Price Policy and Advertising on Sales Volume at PT. Socfindo Matapao. This study uses a quantitative descriptive approach, aiming to determine the relationship between two or more variables. The sample used is taken using the Slovin formula method and obtained a total sample of 80 employees of PT. Socfindo Matapao. The results of the analysis of t count for the Price Policy variable (X1) of 1,651 and t table of 1,664. then the t count obtained is smaller than the value of t table or 1,651 <1,664. with probability value of 0.05 or 0.103> 0.05 then Ha is rejected and Ho is accepted so that the variable X1 has a contribution to Y. The results of the analysis obtained the value of t count for the variable Advertising (X2) of 12,452 and t table of 1,664. Then the T count obtained is greater than the T table value or 12,452> 1,664 with probability value 0.05 or 0,000 <0.05 then Ho is rejected and Ha is accepted so that the variable X2 has a contribution to Y. The R square value is 0.972. This means that the influence of variable X on variable Y is 97.2%, while the remaining 0.028 or 2.8% is influenced by other variables not included in this study.*

*Keywords: Price Policy, Advertising, Sales Volume*

**KATA PENGANTAR**



Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu Aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih?* (Yaitu) *kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahuinya”.* (As-Saff 10-11).

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Price Policy* dan *Advertising* Terhadap Volume Penjualan pada PT. Socfindo Matapao”**dengan lancar tanpa kendala yang berarti. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman yang penuh ilmu dan iman.

Penulis mengucapkan syukur alhamdulilah kepada Allah SWT, karena atas nikmat dan ridho-Nya lah proposal skripsi ini dapat dibuat serta dapat dipertanggungjawabkan. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu dengan keikhlasan dan ketulusan baik langsung maupuntidak langsung sampai selesainya proposal skripsi ini.Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan sumbangsih berupa pemikiran yang terbungkus dalam saran maupun kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan proposal skripsi ini.

**Medan, Agustus 2019**

**Penulis,**

**Suryaningsih**

**153114190**

**DAFTARISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iii**

**DAFTAR TABEL v**

**DAFTAR GAMBAR vi**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 3

1.3 Batasan Masalah 4

1.4 Rumusan Masalah 4

1.5 Tujuan Penelitian 5

1.6 Manfaat Penelitian 5

1.7AnggapanDasar 6

1.8 Hipotesis 6

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7**

2.1 *Price policy* 7

2.1.1 Pengertian *Price Police* 7

2.1.2 Tujuan*Price Police* 10

2.1.3 Metode *Price Police* 11

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Price Police* 19

2.1.5 Indikator *Price Police* 20

2.2 *Advertising* 21

2.2.1 Pengertian*Advertising* 21

2.2.2 Fungsi dan Tujuan *Advertising* 21

2.2.3 Prinsip-Prinsip *Advertising* 22

2.2.4 Media *Advertising* 25

2.2.5 Indikator *Advertising* 28

2.3 Volume Pnejualan 28

2.3.1 PengertianVolime Penjualan 28

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan 30

2.3.3 Usaha Meningkatkan Volume Penjualan 31

2.3.4 Indikator Volume Penjualan 31

2.4 Penelitian Terdahulu 33

2.5 Kerangka Penelitian 34

**BAB III METODE PENELITIAN 36**

3.1. Desain Penelitian 36

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian 36

3.2.1. Lokasi Penelitian 36

3.2.2. Waktu Penelitian 36

3.3. Populasi dan Sampel 37

3.3.1. Populasi 37

3.3.2. Sampel 37

3.4. Variabel dan Indikator 38

3.4.1. Variabel 38

3.4.2. Indikator 39

3.5. Teknik Pengumpulan Data 40

3.6. Instrumen Penelitian 41

3.6.1. Uji Validitas 41

3.6.2. Uji Reliabilitas 42

3.7. Uji Asumsi Klasik 43

3.7.1. Uji Normalitas 43

3.7.2. Uji Heterokodestisitas 44

3.7.3. Uji Auto Korelasi 44

3.8. Teknik Analisis Data 44

3.8.1. Analisis Regresi Berganda 45

3.8.2 Uji Simultan (Uji F) 46

3.8.3. Uji Parsial (Uji t) 46

3.9. Uji Determinasi(R2) 47

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 48**

4.1. Hasil Penelitian 48

4.1.1. Sejarah Ringkas PT. Socfindo 48

4.1.2. Visi dan Misi 50

4.1.3. Bagan Struktur Organisasi 51

4.1.4. Tugas Pokok dan Fungsi 52

4.2. Pembahasan 53

4.2.1. Deskrpisi Hasil Penelitian 53

4.2.2. Hasil Regresi 54

4.2.3. Analisis Variabel Penelitian 73

4.2.4. Instrumen Penelitian 85

4.2.5. Uji Asumsi Klasik 89

4.2.6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 91

4.2.7. Hasil Uji Parsial (Uji T) 93

4.2.8. Hasil Uji Simultan (Uji F) 94

4.2.9. Uji Determinasi (R2) 95

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 96**

5.1. Kesimpulan 96

5.2. Saran 97

**DAFTAR PUSTAKA 98**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Pendahuluan 33

Tabel 3.1. Waktu Penelitian 37

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian................................................................. 36