**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***

*The objective of this research is to determine the effect of Price Policy and Advertising on Sales Volume at PT. Socfindo Matapao. This research uses aquantitative descriptive approach, aiming to determine the relationship between two or more variables. The sample were taken using the Slovin formula method and obtained a total sample of 80 employees of PT. Socfindo Matapao. The results of tobserted for the Price Policy (X1) variable is 1,651 and ttable 1,664. then the tobserted obtained is smaller than the value of ttable or 1,651 <1,664. with a probability value of 0.05 or 0.103> 0.05 then Has is rejected and Ho is accepted so the variable X1 has contribution to Y. The results of the analysis obtained the value of tobserted for the Advertising variabl (X2) of 12,452 and ttable of 1,664. Then the T count obtained is greated than the value T table or 12,452> 1,664 with a 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. It is known that 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 research.*

*Keywords: Price Policy, Advertising, Sales Volume*