

RINGKASAN

ARICHA CHELVI HARIANI. NPM 088320074

PERANAN STRATEGI PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK MIZONE PADA PT. TIRTA INVESTAMA MEDAN.

Dalam menjalankan suatu usaha bisnis dibutuhkan strategi-strategi yang diharap dapat mendatangkan konsumen, menghasilkan profit atau laba perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan juga dapat menciptakan loyalitas atau kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Salah satu strategi yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah strategi pemasaran ini merupakan salah satu siasat perusahaan dalam rangka mengubah perilaku konsumen agar tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan target apa yang direncanakan seperti harga dan iklan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penetapan harga dan promosi dapat meningkatkan volume penjualan produk mizone pada PT. Tirta Investama Medan. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah data harga, biaya promosi dan volume penjualan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data harga, biaya promosi dan volume penjualan dari tahun 2007 – 2011.

Model persamaan regresi berganda sebagai berikut : $Y = -24594,641 + 1,058X_1 + 100,000 X_2 + e$. menyatakan bahwa terjadi penurunan berdasarkan tanda negatif pada nilai konstanta yang berarti tanpa adanya harga dan promosi pada PT.Tirta Investama Medan maka penjualan produk mizone akan menurun sebesar 24594.641

Karena harga dan promosi berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan maka perusahaan harus melakukan secara cermat dan hati-hati dalam melakukan strategi penetapan harga dan promosi dan apabila diperlukan perusahaan harus melakukan survei pasar untuk mengetahui perilaku konsumen.

Kata Kunci : Harga, promosi dan volume penjualan