

Abstrak

Pengaruh Strategi Promosi dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Kharisma Graha Medan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah Pengaruh Strategi Promosi dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Kharisma Graha Medan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif yang dapat diukur dengan angka atau numerik. Populasi dalam penelitian ini semua yang pernah membeli rumah di PT Kharisma Graha Medan, dengan menggunakan rumus slovin maka sampel di dalam penelitian ini berjumlah 50 orang.

Dari persamaan uji signifikansi koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi nilai t_{hitung} promosi (X1) sebesar 7,109 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,000 dengan. Berdasarkan nilai tersebut maka variabel promosi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel volume penjualan (Y). Dan nilai t_{hitung} variabel harga (X2) sebesar 3,259 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,000, maka variabel harga (X2) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel volume penjualan (Y). Kemudian Nilai F_{hitung} sebesar 82,241 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,18 dengan $sig_{0,000} < \alpha_{0,05}$, menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti promosi (X1) dan harga (X2) secara serempak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel volume penjualan (Y). Kemudian nilai $A_{adjusted}$ R Square yang diperoleh sebesar 0,786, angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 78,6% minat beli (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh promosi (X1) dan harga (X2). Sisanya sebesar 13,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Strategi Promosi, Harga, dan Volume Penjualan*