

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik . Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Strategi Promosi dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Kharisma Graha Medan”**. Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya (**Bapak Iskandar Anis & Ibu Nikma Nasution**) dan beserta kakak dan adik saya (**Nurul Auni, Farah Izati, Fahmi Khusairi**) yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya, dalam bentuk do'a maupun materi dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, Msi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syarial, SE, Msi. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

4. Ibu Adelina Lubis, SE, Msi. selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan Area dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Drs. Muslim Wijaya, Msi selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Yuni Syahputri SE, Msi selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah.
7. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi.
9. Semua teman-teman stambuk 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
10. Dan kepada semua pihak orang dekat saya Roy Anggi, Sulaiman Ginting, Siti Raudha, Jefri Putra, Fitra Finsa, Hendra Syahputra, Dwi Roviko, Fariz Rivai dan Friska mantanku yang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya

Medan, 25 November 2016

(Ulul Azmi Iskandar)

## DAFTAR ISI

### BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5

### BAB II LANADASAN TEORITIS

A. Strategi Promosi	
1. Pengertian Promosi .....	9
2. Jenis-Jenis Promosi.....	1
3. Tujuan Promosi.....	13
4. Indikator Promosi .....	14
B. Harga Untuk Mencapai Promosi Yang Efektif	
1. Teori Harga .....	15
2. Kebijakan Harga .....	16
3. Tujuan Penetapan Harga .....	17
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	19
5. Indikator Harga .....	19
C. Volume Penjualan .....	
1. Pengertian Penjualan .....	21
2. Tujuan Promosi Penjualan .....	22
3. Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan .....	23
4. Indikator Penjualan .....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian</b> .....	27
1. Jenis penelitian .....	27
2. Lokasi Penelitian .....	27
3. Waktu penelitian .....	27
<b>B. Populasi dan Sampel Penelitian</b> .....	28
1. Populasi .....	28
2. Sampel .....	28
<b>C. Defenisi Operasional Variabel</b> .....	29
<b>D. Teknik sumber Data</b> .....	31
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	31
<b>F. Teknik Analisis Data</b> .....	32
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
2. Uji Hipotesis .....	35
3. Uji Asumsi Klasik .....	36

### **BAB IV: PEMBAHASAN**

<b>A. Hasil Penelitian</b> .....	38
1. Deskripsi Sejarah Singkat Perusahaan .....	38
2. Struktur Organisasi .....	40
3. Penyajian Data Responden.....	44
4. Penyajian Data Angket Responden.....	45
<b>B. Hasil uji statistik</b> .....	54
1. Uji Validitas dan Reabilitas .....	54
2. Uji Asumsi Klasik.....	57
3. Uji Statistik .....	62
4. Uji Hipotesis .....	64
<b>C. Pembahasan</b> .....	66

**BAB V: KESIMPULAN & SARAN**

A. Kesimpulan .....67  
B. Saran.....68

**DAFTAR PUSTAKA .....**

**Lampiran – Lampiran .....**



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 : Kerangka konseptual .....	25
Gambar 4.1 : Struktur organisasi perusahaan .....	41
Gambar 4.2 : Histogram .....	58
Gambar 4.3 : P-Plot .....	59
Gambar 4.4 : Heteroskedastisitas .....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data penjualan perumahan di PT. Kharisma Graha Jaya Medan ...	3
Tabel 2.1 : Penelitian terdahulu .....	24
Tabel 3.1 : Rincian waktu penelitian .....	27
Tabel 3.2 : Defenisi operasional variabel .....	30
Tabel 3.3 : Instrumen skala likert .....	32
Tabel 4.1 : Jenis kelamin responden .....	44
Tabel 4.2 : Usia responden .....	44
Tabel 4.3 : Pendidikan responden .....	45
Tabel 4.4 : Penyajian data angket .....	46
Tabel 4.27 : hasil uji validitas strategi promosi ( X1) .....	54
Tabel 4.28 : Hasil uji validitas harga (X2) .....	55
Tabel 4.29 : Hasil uji validitas penjualan (Y) .....	56
Tabel 4.30 : Hasil uji realibilitas X1, X2, Y .....	57
Tabel 4.31 : Uji multikolonieritas .....	60
Tabel 4.32 : Analisi linear Berganda .....	62
Tabel 4.33 : Koefisien determinasi .....	63
Tabel 4.34 : Uji simultan ( f ) .....	64
Tabel 4.35 : Uji parsial ( t ) .....	65