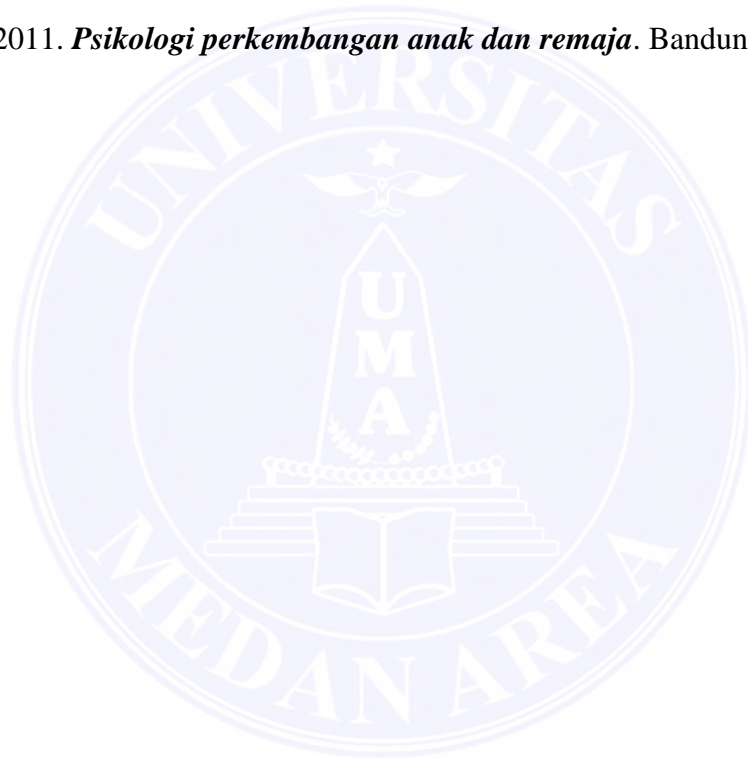


- Assouri, Sofyan, 2005. **Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi**. Cetakan Ketiga. Jakarta : CV. Rajawali.
- Ardiansyah . 2013. *Pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap volume penjualan sepeda motor Honda*. Medan
- Assauri, sofyan, SE, MBA, (2004). *Manajemen Pemasaran, Dasar, konsep, dan Strategi*. Jilid pertama, cetakan ketiga Jakarta
- Alma, Buckhari, 2002. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung : Alfabeta.
- Alma. 1996. *Kewirausahaan*. Cetakan 17. Penerbit alfabeta : Bandung
- Basu, Swastha, 2002. **Azas-azas Marketing**. Yogyakarta : Liberty.
- Charles W. Lamb, Ir, Joseph F, Hair Jr & Carl Mc. Daniel, 2001. **Pemasaran**. Alih Bahasa David Octarevia. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Craven, James. 2006. **Fundamental Of Marketing**. Edisi Keenam. MC. Grow Hal, Ltd.
- Fandy, Tjiptono, 2002. **Strategi Pemasaran**. Edisi Kedua. Yogyakarta : PT. Andi.
- Fandy Tjiptono, 2006, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2011. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Edisi Ketiga. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2004). Prinsip – *Prinsip Pemasaran*. (Alih bahasa Bob Sabran). Jilid 1. Edisi keduabelas. Erlangga, Jakarta. (Buku asli edisi 12).
- Kotler. 2010. *Principles of marketing*. 13 edition : New Jersey
- Ningrum. 2006. *Analisis strategi penetapan harga dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan syrup markisa piramid pada PT. Pintu Besar Selatan Medan*. Medan
- Kotler, Philip, (1995). Prinsip – *Prinsip Pemasaran, Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Terjemahan Jaka Wasana. Edisi Revisi. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Sigit, Soehardi. 2003. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: FE Universitas Sarjawiyata Taman Siswa
- _____. (2006). *Principles of Marketing*. 11th Edition. New Jersey: Prentice Hall. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

- _____, 2002. **Marketing**. Jilid Pertama. Cetakan Keempat. Terjemahan Herujati Purwoko. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- _____, 2006. **Manajemen Pemasaran**. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jilid Kedua. Edisi Kedelapan. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Manajemen**. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suryana, 2001. **Kewirausahaan**. Bandung : Salemba Empat.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi pertam, Malang : Bayumedia
- Yusup. 2011. *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Bandung



Kuesioner Penelitian

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

Yth. Bapak/Ibu

Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan program studi Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, saya mengharapkan kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu untuk kuisisioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya di PT. Kharisma Graha Jaya Medan dan sejujurnya tanpa paksaan dari pihak manapun. Kerahasiaan identitas Bapak/Ibu akan dijaga sesuai dengan kode etik penelitian.

Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu dalam pengisian kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Penulis

Ulul Azmi Iskandar

A. Petunjuk pengisian kuisisioner

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti
2. Jawablah pertanyaan dengan benar dan jujur
3. Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang anda anggap benar
4. Selamat menjawab dan terimah kasih

B. Identitas Pribadi Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Pendidikan terakhir :

C. Keterangan Pilihan Dan Kriteria Jawaban

SS : Sangat setuju : diberi skor 5

S : Setuju : diberi skor 4

KS : Kurang setuju : diberi skor 3

TS : Tidak setuju : diberi skor 2

STS :Sangat tidak setuju : diberi skor 1

D. Pertanyaan

1. Strategi Promosi (x_1)

no	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Perusahaan melakukan promosi melalui media penjualan dalam skala waktu tertentu					
2	Perusahaan melakukan promosi dengan sebaik-baiknya					
3	Promosi yang dilakukan perusahaan berdampak positif bagi konsumen					
4	Di dalam melaksanakan promosi perusahaan membutuhkan waktu yang lama					
5	Dengan adanya promosi perusahaan mendapatkan sasaran yang baik					

2. Harga (x_2)

no	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Rumah yang dijual perusahaan sangat terjangkau harganya					
2	Tingkat harga yang diberikan perusahaan sesuai dengan rumah					
3	Rumah perusahaan memiliki daya saing atau harga produk sesuai minat konsumen					
4	Rumah yang dijual perusahaan sesuai harga dan manfaat yang dibutuhkan konsumen					
5	Harga rumah yang ditetapkan perusahaan sesuai dengan harga pasar					

3. Volume Penjualan (Y)

N0	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga yang dibuat perusahaan sesuai dengan harga pasar					
2	Perusahaan mendapatkan dampak yang baik didalam pelaksanaan promosi					
3	Perusahaan memiliki kualitas rumah yang baik sehingga meningkatkan penjualan perusahaan					
4	Perusahaan melakukan saluran distribusi didalam melakukan penjualan					
5	Dengan kualitas yang baik maka penjualan menjadi meningkat					

Hasil Olahan Data validitas dan realibilitas

Strategi Promosi				Harga							Volume Penjualan			
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Frequency Table

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	28	56.0	56.0	56.0
5	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	33	66.0	66.0	66.0
5	17	34.0	34.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	23	46.0	46.0	46.0
5	27	54.0	54.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	33	66.0	66.0	66.0
	5	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	33	66.0	66.0	66.0
	5	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	17	34.0	34.0	34.0
	5	33	66.0	66.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	29	58.0	58.0	58.0
	5	21	42.0	42.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	8.0	8.0	8.0
	4	24	48.0	48.0	56.0
	5	22	44.0	44.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	31	62.0	62.0	62.0
	5	19	38.0	38.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	12.0	12.0	12.0
	4	29	58.0	58.0	70.0
	5	15	30.0	30.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	33	66.0	66.0	66.0
	5	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	28	56.0	56.0	56.0
	5	22	44.0	44.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	33	66.0	66.0	66.0
	5	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	23	46.0	46.0	46.0
	5	27	54.0	54.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

P15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	28	56.0	56.0	56.0
	5	22	44.0	44.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.882 ^a	.778	.768	.810	1.148

a. Predictors: (Constant), Strategi promosi, Harga

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	107.891	2	53.945	82.241	.000 ^a
	Residual	30.829	47	.656		
	Total	138.720	49			

a. Predictors: (Constant), Strategi Promosi, Harga

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Coefficients^a

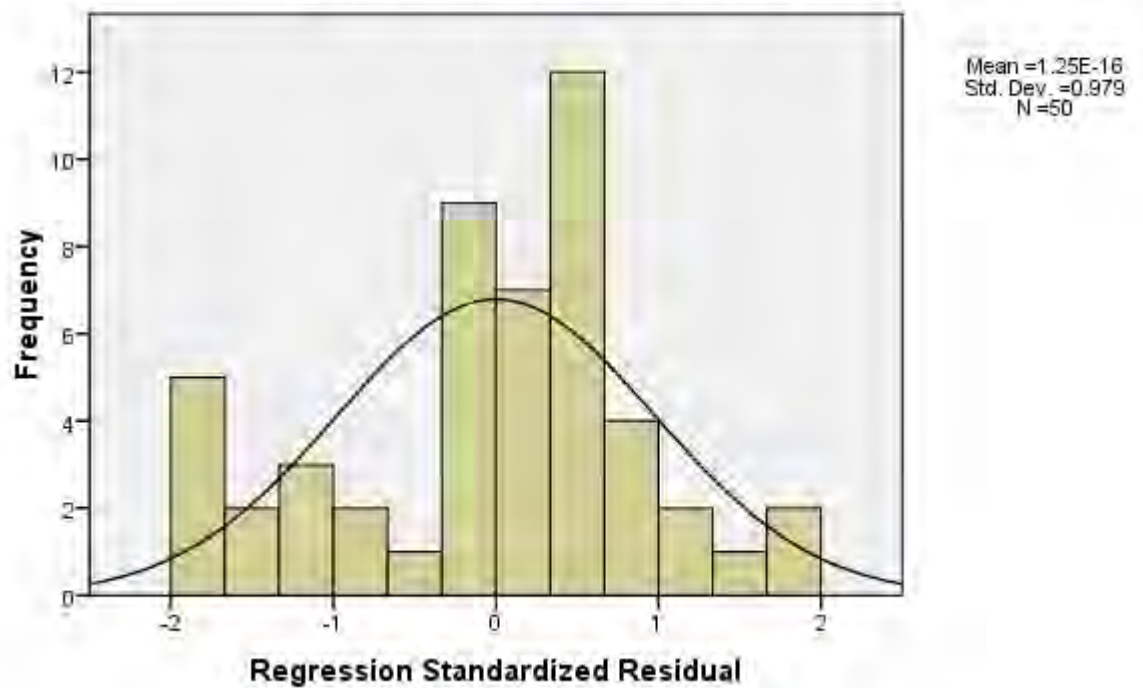
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.186	1.726		-.108	.915		
	Strategi Promosi	.876	.123	.654	7.109	.000	.559	1.789
	Harga	.296	.091	.300	3.259	.002	.559	1.789

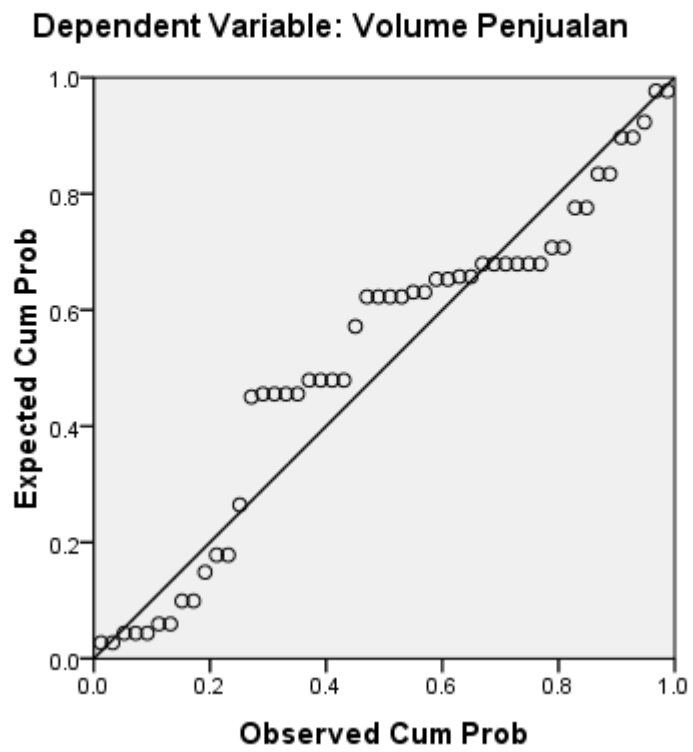
a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Charts

Histogram

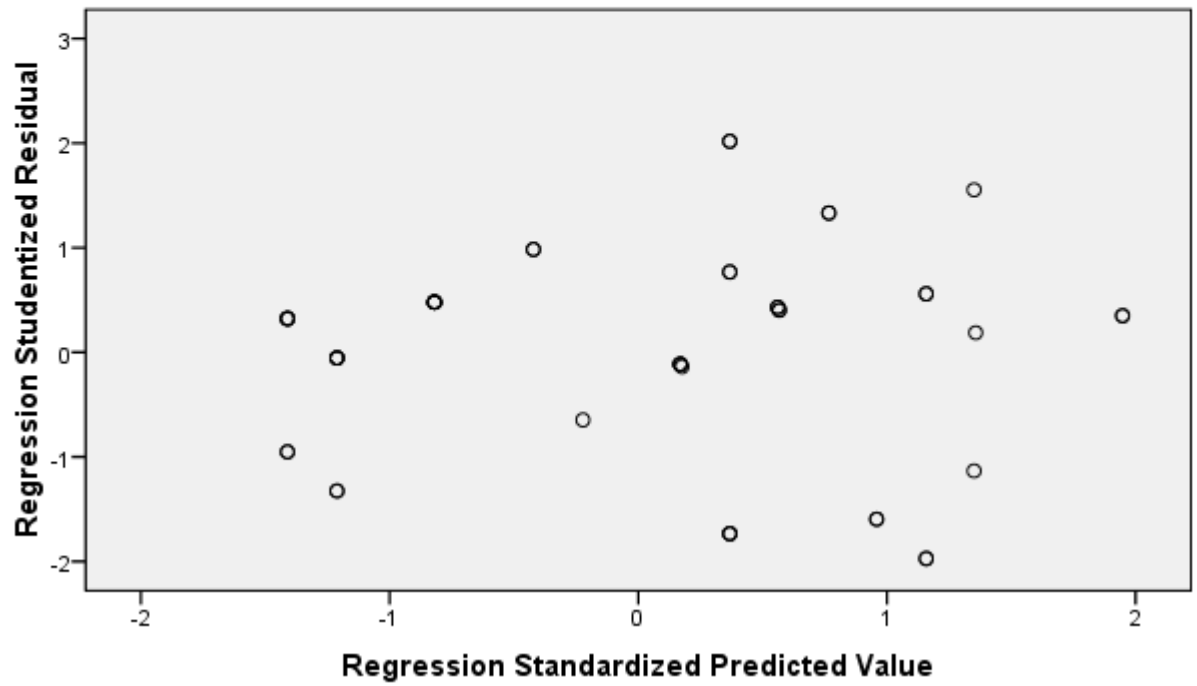
Dependent Variable: Volume Penjualan



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

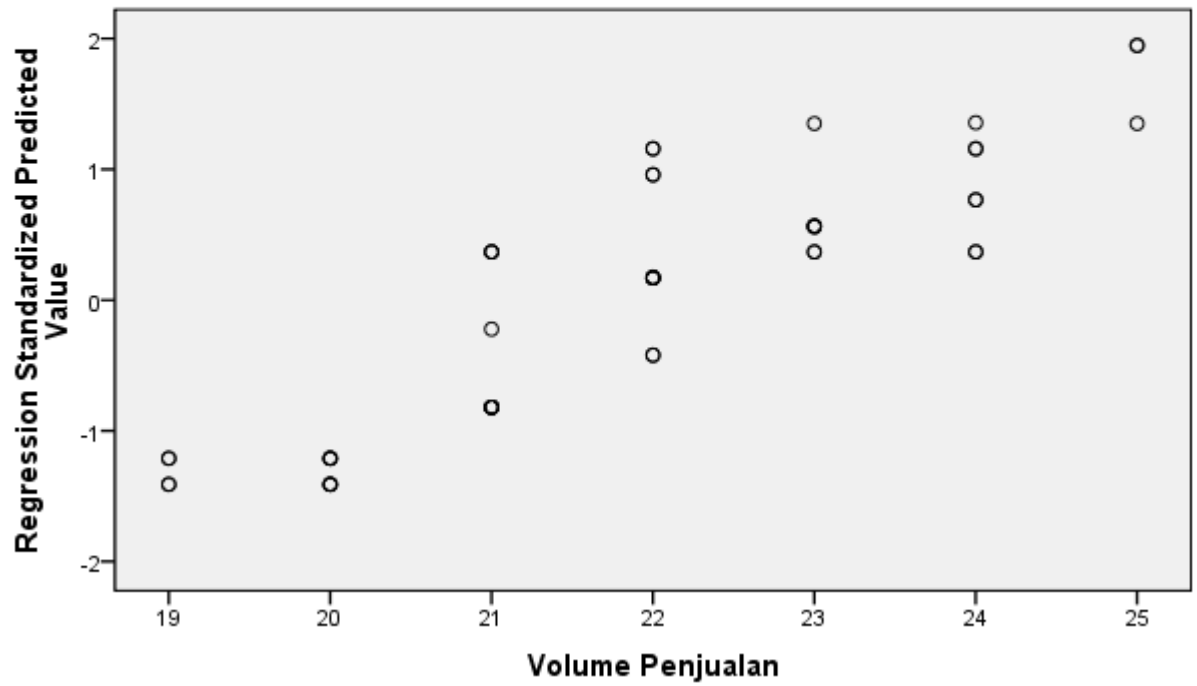
Scatterplot

Dependent Variable: Volume Penjualan



Scatterplot

Dependent Variable: Volume Penjualan



Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	30.0
	Excluded ^a	35	70.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	12.67	1.667	.777	.763
p2	12.40	1.971	.730	.790
p3	12.60	1.400	.924	.684
p4	12.53	2.552	.367	.912

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	30.0
	Excluded ^a	35	70.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p5	16.87	4.410	.792	.873
p6	17.20	3.600	.697	.910
p7	16.93	4.352	.865	.861
p8	16.93	4.495	.782	.876
p9	17.13	3.981	.768	.874

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	30.0
	Excluded ^a	35	70.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p10	17.20	4.171	.627	.871
p11	17.07	3.781	.768	.840
p12	17.27	3.067	.695	.874
p13	17.13	3.838	.772	.840
p14	17.20	3.457	.790	.830

Variabel Strategi Promosi (X1)

No.	P1	P2	P3	P4	P5	Total skor
1	4	5	4	4	4	22
2	4	4	4	4	4	18
3	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	4	5	21
5	4	5	5	5	4	19
6	5	4	5	4	5	22
7	5	4	5	4	5	23
8	4	4	4	4	4	22
9	4	4	4	4	4	22
10	5	4	4	4	5	21
11	5	5	4	4	5	24
12	4	4	5	4	4	21
13	4	4	4	4	4	17
14	4	4	4	4	4	23
15	5	4	5	4	5	17
16	4	5	5	4	4	22
17	4	4	5	4	4	24
18	5	4	5	5	5	24
19	4	4	5	5	4	22
20	4	5	5	5	4	22
21	5	5	5	5	5	21

22	4	4	5	5	4	22
23	5	5	5	5	5	20
24	5	5	4	5	5	24
25	5	5	4	5	5	22
26	5	4	4	4	5	22
27	5	5	4	5	5	20
28	5	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	5	21
30	4	4	4	5	4	23
31	4	5	4	4	4	23
32	4	4	4	4	4	22
33	4	4	4	4	4	22
34	5	4	5	4	5	23
35	4	5	5	5	4	22
36	5	4	5	4	5	22
37	5	4	5	4	5	22
38	4	4	4	4	4	23
39	4	4	4	4	4	22
40	5	4	4	4	5	22
41	5	5	4	4	5	22
42	4	4	5	4	4	18
43	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	21
45	5	4	5	4	5	19

46	4	5	5	4	4	22
47	4	4	5	4	4	23
48	5	4	5	5	5	22
49	4	4	5	5	4	22
50	4	5	5	5	4	21

Variabel Harga (X2)

No.	P5	P6	P7	P8	P9	Total Skor
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	5	3	4	20
3	4	4	5	3	4	20
4	5	5	4	4	4	22
5	4	5	4	4	4	21
6	5	5	4	5	4	23
7	5	5	4	5	5	24
8	4	4	4	5	4	21
9	4	5	4	4	4	21
10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	4	5	4	22
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	5	21
14	4	4	4	4	4	20
15	4	5	5	5	4	23

16	5	5	5	5	5	25
17	4	5	5	4	4	22
18	5	5	4	5	5	24
19	4	5	5	4	5	23
20	5	5	5	4	4	23
21	5	5	4	4	4	22
22	4	5	5	4	5	23
23	5	5	5	5	5	25
24	4	5	5	5	5	24
25	4	5	5	5	5	24
26	4	5	4	5	5	23
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	4	4	4	5	5	22
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	5	3	4	20
33	4	4	5	3	4	20
34	5	5	4	4	4	22
35	4	5	4	4	4	21
36	5	5	4	5	4	23
37	5	5	4	5	5	24
38	4	4	4	5	4	21
39	4	5	4	4	4	21

40	4	4	4	4	4	20
41	4	5	4	5	4	22
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	5	21
44	4	4	4	4	4	20
45	4	5	5	5	4	23
46	5	5	5	5	5	25
47	4	5	5	4	4	22
48	5	5	4	5	5	24
49	4	5	5	4	5	23
50	5	5	5	4	4	23

Variabel Volume Penjualan (Y)

No.	P10	P11	P12	P13	P14	Total Skor
1	4	4	4	5	4	21
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	5	22
5	4	5	4	5	5	23
6	5	5	5	4	5	24
7	5	4	5	4	5	23
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20

10	4	4	5	4	4	21
11	4	4	5	5	4	22
12	4	4	4	4	5	21
13	3	4	4	4	4	19
14	3	4	4	4	4	19
15	4	5	5	4	5	23
16	5	5	4	5	5	24
17	5	4	4	4	5	22
18	4	4	5	4	5	22
19	3	5	4	4	5	21
20	4	4	4	5	5	22
21	4	4	5	5	5	23
22	4	4	4	4	5	21
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	4	24
25	5	5	5	5	4	24
26	4	4	5	4	4	21
27	5	5	5	5	4	24
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	4	4	4	22
31	4	4	4	5	4	21
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20

34	4	4	5	4	5	22
35	4	5	4	5	5	23
36	5	5	5	4	5	24
37	5	4	5	4	5	23
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	5	4	4	21
41	4	4	5	5	4	22
42	4	4	4	4	5	21
43	3	4	4	4	4	19
44	3	4	4	4	4	19
45	4	5	5	4	5	23
46	5	5	4	5	5	24
47	5	4	4	4	5	22
48	4	4	5	4	5	22
49	3	5	4	4	5	21
50	4	4	4	5	5	22