

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
PENJUALAN LED TV 32 INCH MEREK TOSHIBA
PADA PT. COLUMBIA CABANG PEKANBARU**
*(The Influence Of Prices And Promotions Toward The
Sales Of Toshiba 32 Inch LED TV Brand At PT. Columbia
Branch Pekanbaru)*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Mengikuti Ujian Oral Comprehensive Sarjana Lengkap
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning

Oleh :

NOVI ANTI
1461201360

MANAJEMEN



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU
2019**

ABSTRAK
PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENJUALAN LED
TV 32 INCH MEREK TOSHIBA PADA PT. COLUMBIA CABANG
PEKANBARU

Novi Anti ¹⁾, Arizal ²⁾, Masirun ³⁾

E-mail : noviyanty0197@gmail.com¹⁾, arizal@unilak.ac.id²⁾,
masirun@unilak.ac.id³⁾

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap penjualan LED TV 32 inch merek toshiba pada PT. Columbia Cabang Pekanbaru. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang melakukan pembelian LED TV 32 Inch pada PT. Columbia Cabang Pekanbaru. Analisis pengujian harga dan promosi terhadap penjualan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 18.00 membuktikan bahwa hipotesis yang dirumuskan dapat diterima. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif harga terhadap penjualan dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 (yaitu sebesar 0,000) dan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu nilai t_{hitung} (2,245) > t_{tabel} (2,010). Begitu juga dengan variabel promosi, terbukti adanya pengaruh positif promosi terhadap penjualan dengan nilai signifikansi diatas dibawah 0,05 (yaitu sebesar 0,000) dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu nilai t_{hitung} (2,516) > t_{tabel} (2,010). Ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima, artinya bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan LED TV 32 inch. Untuk melihat besarnya pengaruh antara harga dan promosi terhadap penjualan dapat dilihat dari hasil output SPSS versi 18.00 dengan analisis regresi linear berganda, sehingga didapat persamaan regresi yaitu: $Y = 7,607 + 0,435 + 0,561$. Maka, hal ini serupa pula dengan jurnal penelitian yang digunakan sebelumnya. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

Kata kunci : Harga, Promosi, Penjualan