

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI
ALFAMART RAYA TAJUR**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu GICI

Oleh:

TASYA ROKHMANI

NIM: 2411807055



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI ALFAMART RAYA TAJUR

Oleh:

Nama : Tasya Rokhmani
NIM : 2411807055
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Bogor Pada Tanggal 8 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen

Yumartono, SE., MM

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI
ALFAMART RAYA TAJUR**

Oleh:

Nama : Tasya Rokhmani
NIM : 2411807055
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 08 Agustus 2022
Waktu : 09.20 – 10.40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Jhonson Sitanggang, SP., MM

Penguji II : Judianto Tjahjo Nugroho, ST., MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

ABSTRAK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : TASYA ROKHMANI
NIM : 2411807055
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3201265305000004
Alamat : Kp. Cipayung Gg. Habib Umar Al-Attas RT 05/01
Kec. Megamendung, Kab. Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan di Alfamart Raya Tajur ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*) .
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kejarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 08 Agustus 2022

TASYA ROKHMANI

ABSTRAK

TASYA ROKHMANI. NIM 2411807055. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan di Alfamart Raya Tajur.

Pekerjaan bisnis adalah bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia. Karena kegiatan bisnis merupakan suatu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Dalam perkembangan pada dunia bisnis yang sangat pesat merupakan suatu ancaman bagi para pelaku bisnis. Oleh karena itu para pelaku bisnis harus mampu menciptakan strategi harga yang menarik, kualitas pelayanan yang memuaskan agar dapat menarik konsumen untuk membeli produknya, begitu juga dengan promosi mempunyai peranan yang sangat penting dalam usaha meningkatkan penjualan produk suatu perusahaan. Salah satu kunci keberhasilan perusahaan adalah volume penjualannya, volume penjualan adalah suatu tahapan dalam proses pengambilan keputusan membeli dimana konsumen benar-benar membeli atau memakai suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayan Terhadap Volume Penjualan Di Alfamart Raya Tajur.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik Solvin dengan jumlah responden 100 konsumen. Data primer diolah dengan menggunakan uji instrument data, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 67,6% faktor-faktor volume penjualan dapat dijelaskan oleh promosi, harga, dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 32,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel promosi, harga, dan kualitas pelayanan secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan dengan hasil analisis yaitu $F_{hitung} (66.871) > F_{tabel} (2.69)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel promosi menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (4.28)$, hasil analisis variabel harga menunjukkan $t_{hitung} (4.223)$, hasil analisis variabel kualitas pelayanan menunjukkan $t_{hitung} (4.28)$ dimana $t_{tabel} (1.966)$ maka secara parsial ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Kata kunci : promosi, harga, kualitas pelayanan, volume penjualan.

ABSTRACT

TASYA ROKHMANI. NIM 2411807055. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan di Alfamart Raya Tajur.

Business work is an inseparable part of human life. Because business activity is an activity to meet the needs of human life. The rapid development of the business world is a threat to business people. Therefore, business people must be able to create attractive pricing strategies, satisfactory service quality in order to attract consumers to buy their products, as well as promotions that have a very important role in increasing sales of a company's products. One of the keys to a company's success is its sales volume, sales volume is a stage in the buying decision-making process where consumers actually buy or use a product produced by a company. Therefore, this study aims to determine how the effect of Promotion, Price, and Quality of Service on Sales Volume at Alfamart Raya Tajur.

This study uses a quantitative approach with descriptive methods and data collection techniques using interviews and questionnaires. Sampling using Solvin technique with the number of respondents 100 consumers. Primary data is processed using data instrument test, classical assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination, t test and F test.

The results of the regression test showed that 67.6% of the sales volume factors could be explained by promotion, price, and service quality, while the remaining 32.4% was influenced by other factors not examined in this study. While the results of the F test show that the promotion, price, and service quality variables simultaneously have a positive and significant effect on sales volume with the results of the analysis, namely $F_{count} (66.871) > F_{table} (2.69)$. The results of the t test show that the promotion variable shows the results of the analysis of $t_{count} (4.28)$, the results of the analysis of the price variable show $t_{count} (4.223)$, the results of the analysis of the service quality variable show $t_{count} (4.28)$ where $t_{table} (1.966)$ then partially the three variables have a positive and significant effect to sales volume.

Keywords: promotion, price, service quality, sales volume.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di Alfamart Raya Tajur”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Selain itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai keuangan. Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
2. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Israfil Munawarah, SE, M.Ak selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
4. Bapak Dian Rusmana, SE selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran.
5. Bapak Yumartono, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan baik bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Ibu Siti Kurniasih selaku Kepala Toko di Alfamart Raya Tajur yang telah bersedia memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Ayahanda Muslih beserta Ibu Nurhayati tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan

dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 13 April 2022

Penulis,

TASYA ROKHMANI

NIM: 2411807055

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR SIDANG.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.3. Pembatasan Masalah.....	3
1.4. Rumusan Masalah.....	3
1.5. Tujuan Penelitian.....	4
1.6. Manfaat Penelitian.....	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Promosi.....	6
2.1.2. Harga	8
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.4. Volume Penjualan.....	12
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Konseptual.....	19
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
3.2. Jenis Penelitian.....	20
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
3.3.1. Populasi.....	21
3.3.2. Sampel	21
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5.1. Variabel Bebas.....	23
3.5.2. Variabel Terikat.....	24
3.6. Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran.....	26
3.6.2. Persamaan Regresi.....	27
3.6.3. Uji Kualitas Data.....	28
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.5. Uji Hipotesis.....	31
3.6.6. Koefisien Determinasi.....	33

BAB IV. PEMBAHASAN.....	35
4.1. Hasil Penelitian.....	35
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.1.2. Karakteristik Responden.....	36
4.1.3. Tanggapan Responden.....	37
1. Promosi (X_1).....	38
2. Harga (X_2).....	39
3. Kualitas Pelayanan (X_3).....	40
4. Volume Penjualan (Y).....	42
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data.....	43
1. Uji Validitas.....	43
2. Uji Reliabilitas.....	44
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	46
1. Uji Normalitas.....	46
2. Uji Multikolinieritas.....	47
3. Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis.....	50
1. Koefisien Determinasi.....	51
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3. Hasil Uji t (Parsial).....	52
4. Hasil Uji F (Simultan).....	54
4.2. Pembahasan.....	54
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	 56
5.1. Simpulan.....	56
5.2. Saran.....	56
 DAFTAR PUSTAKA.....	 58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penjualan (Dalam Rupiah).....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	20
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.3 Angka Penafsiran.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	36
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas Variabel Harga.....	38
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	39
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Volume Penjualan.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1 Hasil Uji Grafik Normalitas.....	47
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	62
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	63
Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian.....	64
Lampiran 5 Tabulasi Data.....	65
Lampiran 6 Hasil Output SPSS.....	66
Lampiran 7 Kartu Bimbingan.....	69
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	72