

PENGARUH HARGA JUAL DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KARTU IM3 PADA PT. MELIANA PERKASA SEJAHTERA DI KABUPATEN KARANGASEM TAHUN 2013-2016

Ni Putu Sukmantari Dewi

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

email : dsukma668@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) harga jual terhadap volume penjualan, (2) pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan, dan (3) pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan kartu im3. Penelitian ini adalah jenis penelitian kausal. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Subjek penelitian adalah PT. Meliana Perkasa Sejahtera dan objek penelitian adalah harga jual, biaya promosi, dan volume penjualan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi dengan variabel dummy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ada pengaruh harga jual terhadap volume penjualan kartu im3. Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} 2,344 > t_{tabel} 1,6838$ atau $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$. (2) Tidak Ada pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} 1,084 < t_{tabel} 1,6838$ atau $p\text{-value} = 0,284 > \alpha = 0,05$. dan (3) Ada pengaruh harga jual dan biaya promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari nilai $f_{hitung} 3,890 > F_{tabel} 1,92$ dan $p\text{-value} < \alpha$ atau $0.000 < \alpha = 0,05$.

Kata kunci : biaya promosi, harga jual, volume penjualan.

ABSTRACT

Research aims to understand influence (1) the selling price to the sales volume (2) promotional costs to the sales volumes and (3) the influence the selling price and promotional costs to the sales volumes cards Im3. The research is the kind of research causal. Data were collected with the documentation. The subject of study is PT. Meliana Mighty Prosperous and object research is selling price, promotional costs, and sales volumes, the data then analyzed with both regression analysis dummy. The result showed that (1) any impact selling price of sales volumes Im3 card. This can be seen from the $t_{hitung} 2,344 > t_{tabel} 1,6838$ or $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$. (2) any impact promotional cost of sales volumes it can be seen from the value of $t_{hitung} 1,084 < t_{tabel} 1,6838$ or $p\text{-value} = 0,284 > \alpha = 0,05$, and (3) the influence of the selling price and promotional cost jointly have had a positive impact and significantly to the sales volumes. It can be seen from the value of $f_{hitung} 3,890 > F_{tabel} 1,92$ and $p\text{-value} < \alpha$ atau $0.000 < \alpha = 0,05$.

Keywords: promotional costs, the selling price, sales volume

PENDAHULUAN

Menurut Kotler dan Susanto yang diterjemahkan oleh Aniwati dan Hermawan (2000:148) hubungan antara harga dan promosi dalam pernyataannya adalah "Pengeluaran promosi (iklan) yang lebih besar akan mengurangi sensitivitas pembeli terhadap harga." Menurut Saladin (2003:123) hubungan antara volume penjualan dengan harga dan promosi adalah dengan promosi pada dasarnya diharapkan dapat membuat permintaan menjadi in elastis pada saat harga naik dan membuat permintaan elastis pada saat harga turun. Maksudnya adalah "bagaimana jumlah permintaan atau volume penjualan sedikit saja turun pada saat harga naik dan bagaimana permintaan atau volume penjualan naik banyak pada saat harga turun."

Harga jual sama dengan biaya produksi di tambah *mark-up*". Menurut Kotler dan Keller (2009), selain itu harga jual merupakan nilai tukar suatu barang atau jasa, yaitu jumlah uang yang pembeli sanggup membayar kepada penjual untuk suatu barang tertentu (Sriyadi,2001:178) Biaya Promosi, dalam kegiatan pemasaran promosi sangat perlu dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi atau membujuk konsumen agar tertarik pada produk yang ditawarkan, agar dapat meningkatkan volume penjualan, biaya promosi sangat penting dalam meningkatkan volume penjualan, karena melalui biaya promosi perusahaan menempatkan variabel-variabel promosi agar produk perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat dan bahkan menimbulkan permintaan. Ada 5 faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut Kotler (2005) antara lain adalah sebagai berikut (1) harga jual adalah Jumlah moneter yang dibedakan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutup biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up* (2) produk Adalah segala sesuatu yang dapat

ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan dan sebagai suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba, termasuk bungkusan, warna, harga, persentase perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya (3) biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya." Dengan demikian, biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen. bahwa terdapat empat indikator dalam biaya promosi, yaitu: biaya *advertising* (periklanan), biaya promosi penjualan, biaya publisitas, biaya *personal selling*, (4) mutu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas merupakan suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan ketergantungan pada biaya yang rendah dan sesuai dengan pasar. Istilah mutu tidak lepas dari manajemen mutu yang mempelajari setiap area manajemen operasi dari perencanaan produk dan fasilitas, sampai penjadwalan. Kata mutu(kualitas) memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi dan, (5) saluran distribusi suatu perusahaan dapat menentukan penyaluran produknya melalui pedagang menengah atau subdistributor dan meneruskannya ke pengecer (*rentailer*), yang menjual produk itu kepada pemakai atau konsumen. Walaupun demikian, perusahaan dapat langsung menjual produknya kepada pedagang menengah atau subdistributor maupun pengecer serta konsumen besar dalam keadaan khusus tertentu. Mata rantai penyaluran ini dikenal dengan saluran distribusi. Yang dimaksud dengan saluran distribusi adalah lembaga-lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen. Bentuk saluran distribusi ada dua yaitu saluran langsung terdiri dari produsen ke konsumen sedangkan saluran tidak langsung yaitu berupa produsen ke

pengecer ke konsumen, produsen ke pedagang besar/menengah ke pengecer ke konsumen terus produsen ke pedagang besar ke pedagang menengah ke pegecer ke konsumen.

Namun fokus penelitian ini hanya berpusat pada tiga faktor yaitu harga jual, biaya promosi dan volume penjualan. Harga jual merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan tersebut. Harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Bagi manajemen penentuan harga jual produk dan jasa bukan hanya merupakan kebijakan dibidang pemasaran atau bidang penjualan melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaana. Suatu jenis produk dan jasa yang dihasilkan oleh banyak perusahaan barang kali dalam penentuan harga jualnya relatif tidak banyak dijumpai masalah. Dalam keadaan tersebut pada umumnya masing-masing perusahaan tidak dapat secara langsung mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual produk atau jasa yang dihasilkannya. Menurut Henry Simamora (2002), Biaya promosi merupakan sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan, selanjutnya Menurut Kotler (2007), bahwa terdapat empat indikator dalam biaya promosi, yaitu: biaya *advertising* (periklanan), biaya promosi penjualan, biaya publisitas, biaya *personal selling*.

PT.Meliana Perkasa Sejahtera adalah salah satu perusahaan kartu Indosat yang ada di Kabupaten Karangasem. PT Meliana Perkasa Sejahtera dalam memasarkan kartu indosat yang ada di Karangasem dan mempromosikan produk melalui media cetak, TV, dan brosur. Berdasarkan penelitian awal pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera, di ketahui bahwa volume penjualan kartu seluler mengalami penurunan dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016. Tahun 2013 volume penjualan kartu seluler sebesar Rp. 784.132.000,00. Tahun 2014 volume penjualan kartu seluler

sebesar Rp. 686.016.400,00. Tahun 2015 volume penjualan kartu seluler sebesar Rp. 447.351.000. Tahun 2016 volume penjualan kartu seluler sebesar Rp. 474.173.000. Permasalahan volume penjualan yang mengalami penurunan diduga disebabkan oleh harga jual kartu seluler dan biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, yang menyebabkan terjadinya penurunan volume penjualan Kartu Im3 adalah harga jual dan biaya promosi.

Bertitik tolak dari dasar pemikiran tersebut, maka dipandang perlu untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam judul "Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Kartu Im3 Pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem Tahun 2013-2016.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Apakah ada pengaruh harga jual terhadap volume penjualan kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016, (2) Apakah ada pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016 ,(3) Apakah ada pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan kartu IM3 pada PT.Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016.

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh harga jual terhadap volume penjualan kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016, (2) Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016, (3) Pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal. Penelitian kausal sebagai penelitian dengan karakteristik masalah yang berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Variabel dalam penelitian ini berupa variabel terikat yang terdiri dari volume penjualan dan variabel bebas yang terdiri dari Harga Jual dan Biaya Promosi. Subjek dalam penelitian ini adalah PT. Meliana Perkasa Sejahtera dan objek penelitian ini adalah Harga Jual, Biaya Promosi dan Volume Penjualan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data ini berupa laporan penjualan PT. Meliana Perkasa Sejahtera tahun 2013 – 2016. Sumber data yang akan menjadi bahan analisis dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder yaitu data yang bukan diusahakan oleh peneliti, tetapi telah dikumpulkan oleh pihak lain, yaitu laporan penjualan PT. Meliana Perkasa Sejahtera tahun 2013 – 2016.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yang digunakan untuk mengumpulkan data laporan penjualan pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera. Dalam penelitian ini, analisis yang dipergunakan adalah analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi dengan variabel dummy. Menurut Yudiaatmaja (2013 : 31) yang dimaksud dengan analisis regresi dengan variabel *dummy* adalah regresi yang mengandung data berbentuk nominal (*dummy*). Data nominal adalah data yang hanya bermanfaat untuk membedakan atau mengelompokkan. Misalnya data jenis kelamin terdiri dari pria dan wanita. Data *dummy* lainnya bisa berupa data berat, data tinggi, data nilai, dan sebagainya. Analisis regresi dengan variabel *dummy* dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh harga jual, biaya promosi terhadap volume penjualan Kartu Im3 pada

PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem, selain itu juga untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X), baik secara simultan maupun secara parsial. Menurut Yudiaatmaja (2013:31) adapun rumus Analisis Regresi Dengan Variabel *Dummy*

sebagai berikut. $Y = a + bx_1 + bx_2 + \varepsilon$ Analisis regresi ini, dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi terhadap Volume penjualan Kartu Im3 pada PT Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013 – 2015. Untuk menyatakan layak atau tidaknya sebelum analisis regresi linier berganda maka terlebih dahulu dilakukanlah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu (1) uji multikolinearitas (2) uji heterokedastistias (3) uji normalitas, dimana uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas. Akibat dari adanya multikolinearitas ini adalah koefisien regresinya tidak tertentu atau kesalahan standarnya tidak terhingga. Untuk mendeteksi apakah model regresi linier mengalami multikolinearitas dapat diperiksa menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance di atas 0,10 maka tidak terdapat gejala multikolonearitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain, atau disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat gambar *scatterplot* antara nilai prediksi variabel bebas ZPRED (nilai prediksi, sumbu X) dengan residualnya SRESID (nilai residualnya, sumbu Y). Apabila pada grafik tersebut tidak terdapat pola tertentu yang teratur dan data tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diidentifikasi tidak terdapat heteroskedastisitas. Uji normalitas data dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menghindari terjadinya bias, data yang digunakan harus berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Jika pengujian menghasilkan nilai

signifikansi lebih besar dari 0,05 maka asumsi normalitas terpenuhi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengaruh harga jual terhadap volume penjualan Kartu Im3 Pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016 dianalisis dengan menggunakan uji t berbantuan program SPSS 16.0 for windows. Adapun hasil analisis uji t dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Hasil uji statistik t_{tes} Harga Jual Terhadap Volume Penjualan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.990	2.373		.2.945	.005
Harga Jual	4.518	.171	.967	2.344	.000

Hasil uji statistik untuk variabel Harga Jual menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 2,344 > t_{tabel} 1,6838 atau p-value = 0,000 < α = 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Harga Jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume penjualan Kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016.

Pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016 dianalisis dengan menggunakan uji t berbantuan program SPSS 16.0 for windows. Adapun hasil analisis uji t dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Hasil uji statistik t_{tes} Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.990	2.373		.2.945	.005
Biaya Promosi	.381	.351	.0.40	1.084	.284

Hasil uji statistik untuk variabel Biaya Promosi menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 1,084 < t_{tabel} 1,6838 atau p-value = 0,284 > α = 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Biaya Promosi Tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem 2013-2016.

Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupten Karangasem dianalisis dengan menggunakan uji F berbantuan program SPSS 16.0 for windows. Adapun hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 Hasil uji statistik F Harga Jual dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	31390.176	2	15695.088	3.890	.000 ^a
Residual	2018.573	45	44.857		
Total	33408.749	47			

Berdasarkan pada tabel 3 di atas, diperoleh nilai $F_{hitung} = 3,890 >$ nilai $F_{tabel} = 1,92$ atau $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Harga Jual dan Biaya Promosi berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan Kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi terhadap

Volume Penjualan pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem Tahun 2013-2016 dapat diketahui melalui hasil analisis koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Adapun hasil analisis koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (*Adjusted RSquare*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.969 ^a	.940	.937	6.69755

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4 dengan menggunakan program *SPSS 16.0 for windows* menunjukkan bahwa nilai $adjusted R^2$ sebesar 0,940. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan variabel bebas (variabel Harga jual dan Biaya promosi) terhadap variabel terikat (variabel Volume penjualan) adalah sebesar 94,0% dan sisanya sebesar 6,0% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang

diajukan dalam penelitian ini (terkumpul dalam variabel pengganggu atau e).

Berdasarkan pengolahan data, untuk mengetahui persamaan garis regresi pengaruh Harga jual dan Biaya promosi terhadap Volume penjualan pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten karangasem tahun 2013-2016 digunakan analisis koefisien beta dengan hasil yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Perhitungan Koefisien Beta

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.990	2.373		2.945	.005
Harga Jual	4.518	.171	.967	2.344	.000
Biaya Promosi	.381	.351	.040	1.084	.284

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 5 dengan menggunakan program *SPSS 16.0 for windows* dapat dibuat Persamaan garis regresi yang dapat dibuat untuk menggambarkan pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera adalah sebagai berikut.

$$\hat{Y} = 6,990 + 4,518X_1 + 0,381X_2 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} = Harga Jual,

X_1 = Biaya Promosi,

X_2 = Volume Penjualan,

E =*Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

Persamaan garis regresi tersebut diartikan nilai Y sebesar 6,990 merupakan nilai konstantan (a) yang menunjukkan bahwa jika tidak ada kenaikan pada nilai X (Harga jual dan Biaya Promosi) maka nilai Y (Volume penjualan) akan mencapai nilai 6,990. Adapun nilai X sebesar 4,518 merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa setiap ada penambahan 1 angka untuk nilai X maka akan ada kenaikan nilai Y sebesar 4,518. Hal ini berarti, ketika Harga jual dan Biaya promosi mengalami peningkatan, akan meningkatkan Volume penjualan Kartu Im3 pada PT.Meliana Perkasa Sejahtera, dan sebaliknya ketika Harga jual dan Biaya promosi mengalami penurunan, akan menurunkan volume penjualan pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh harga jual terhadap volume penjualan kartu im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016, diketahui bahwa secara parsial harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan kartu im3. Hasil penelitian ini mendukung teori dari Tjiptono Darmadji (2006:24) yang menyatakan bahwa untuk menghasilkan angka penjualan maka ada dua hal penting yang menentukan yaitu volume penjualan dalam unit dan harga jual per unitnya. Bilaman volume penjualan

cukup besar dan harga jual cukup tinggi, maka perusahaan dapat menghasilkan angka penjualan yang besar pula. Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melvin Pristyo (2013) yang menyatakan bahwa harga jual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan kartu Im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem Tahun 2013-2016, diketahui bahwa secara simultan harga jual dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kartu im3 pada PT.Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem Tahun 2013-2016. Besarnya pengaruh simultan harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan Kartu Im3 pada PT.Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem Tahun 2013-2016 sebesar 0,940 atau 94,0% hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melvin Pristyo (2013)

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut. (1) Ada pengaruh harga jual terhadap volume penjualan kartu im3. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 2,344 > t_{tabel} = 1,6838$ atau $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa harga jual berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan kartu im3 pada PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem tahun 2013-2016. (2) Tidak Ada pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan kartu im3. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 1,084 < t_{tabel} = 1,6838$ atau $p\text{-value} = 0,284 > \alpha = 0.05$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini mengindikasikan biaya promosi tidak berpengaruh penting dalam meningkatkan volume penjualan kartu im3 pada PT.Meliana Perkasa Sejahtera tahun 2013-

2016, (3) Ada pengaruh positif dan signifikan harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan kartu im3. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji F yang memperlihatkan bahwa karena nilai $F_{hitung} = 3.890$, sedangkan nilai $F_{tabel} = 1,92$ jadi $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0,05$, dan besar pengaruh harga jual dan biaya promosi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Squer sebesar 0,940. Hal iniberarti H_0 ditolak H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel harga jual dan biaya promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel volume penjualan.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut. (1) Bagi perusahaan PT. Meliana Perkasa Sejahtera di Kabupaten Karangasem, perusahaan sebaiknya menetapkan harga jual sesuai dengan perhitungan yang telah direncanakan perusahaan. Dalam perusahaan dapat diterapkan penentuan harga jual produk, perusahaan tidak hanya memperhatikan laba dan menutupi biaya produksi, namun juga perusahaan harus melihat harga jual produk pesaing agar harga jual yang dipasaran bisa bersaing dengan harga jual perusahaan lain. Sehingga dengan harga jual yang di tetapkan tidak menurunkan volume penjualan yang di targetkan. (2) Bagi Peneliti yang ingin meneliti mengenai volume penjualan pada suatu perusahaan., diharapkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam terkait dengan pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap volume penjualan dengan metode penelitian yang berbeda dan perusahaan yang berbeda pula guna keberlakuan temuan ini secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Angipora, P.M. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi 1, Cetakan 1. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Assauri, Sofyan. 2002. Manajemen Pemasaran Dasar. Konsep dan Strategi. Cetakan Ketujuh. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Alma, Buchari. 2004. Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung : Alfabeta.

Basu Swastha & Irawan. 2000. Manajemen Penjualan. Yogyakarta: Penerbit BPF E.

-----, 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Liberty.

-----, 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.

Boone dan Kurtz. 2002. Pengantar Bisnis. Jilid ke 1, Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta. Penerbit Erlangga.

. Jurnal Sosioekotekno 2014 ISSN 2337-7003.

Chandra Gregorius. 2002. Strategi dan Program Pemasaran. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Andi.

Dharmaresta. 2002. Pemasaran. Jakarta Erlangga.

Djaslim Saladin. 2003. Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya.

-----, 2004. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Jakarta: Linda Karya.

Freddy Rangkuti. 2009. Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Fridayana Yudiaatmaja. 2013. Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandy. 2004. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media.

Tjiptono Darmaji. 2006. 60 Cara Cerdas Mengelola dan Mengembangkan

- Perusahaan. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Hansen & Mowen . 2001. Manjaemen Biaya, Buku II, Terjemahan benyamin Molan, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta, hal 633.
- Simamora, Henry. 2000. Manajemen Pemasaran Iternasional, Jilid II. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukirno. 2006. Mikro Ekonomi, Teori Pengantar. Edisi III. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran, Marketing Manajemen, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta:Prehallindo.
- 2005. Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta :Prehallindo.
- 2007. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol. Jakarta : PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, & Keller. 2009. Ahli Bahasa bob Sabran. Manajemen Pemasaran Edisi 13. Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Prihantara, Slamet Dody Kadek. 2015. Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan pada UD.Nata Jati. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Kotler, Philip dan Susanto, AB. 2006. Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2 . Jakarta : Salemba 4.
- Maqfira Dwi Utami. 2011. Analisis Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Peningkatan Penjualan Tiket pada PT. Maniela Tour & Travel di makassar. Skripsi (tidak diterbitkan).Universitas Hasanudin Makasar.
- Mardiasmo.2002. Akuntansi Sektor Publik. Yogyakarta: Andi
- Melvin Pristyo. 2013. Pengaruh Produk dan Harga terhadap Volume Penjualan pada UD. Eka Jaya di Surabaya. E-jurnal Kewirausahaan Volume 1 No. 1 oktober 2013 E-ISSN 2339-1804 LPPM Universitas.
- M,Fuad dkk. 2000. Pengantar Bisnis. Jakarta : PT Gramedia.
- Moh. Nazir. 2003. Metode Penelitian Cetakan Kelima. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Mulyadi. 2001. Sistem Akuntansi Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Sofyan Syafri Harahap. 2008. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta : PT Raja GrafindoPersada.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan r&d. Bandung : Alfabeta.
- Suryabrata Sumadi. 2006. Psikologi Kepribadian. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Suriyono. 2010. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor pada PT Idaman Megah Indah. Skripsi (tidak diterbitkan) Universitas Singa Perbangsa Karawang.
- . 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Simamorang, Bilson. 2001. Memenangkan Peluang dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel Edisi 4. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Umi Narimawati. 2010. Penulisan Karya Ilmiah. Jakarta: Penerbit Genesis.

Yusnizal Firdaus. 2011. Peranan Biaya Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan (studi kasus pada salah satu perusahaan pembiayaan di Palembang). informasi Akuntansi (Jenius).Vol.1 No.2 Mei 2011.