

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENCAPAIAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. MIDI UTAMA INDONESIA CABANG RADEN PATAH CILEDUK

**Ugeng Budi Haryoko*)
Siti Munawaroh**)**

Email : ugengbudiunpam@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap pencapaian volume penjualan pada PT. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, survey menggunakan data primer dan kuisioner dengan sampel berjumlah 80 orang. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus koefisien korelasi produk moment, diketahui koefisien korelasi sebesar 0,59 termasuk kategori sedang dan koefisien determinasi (KD) sebesar 35% dan sisanya 65% disebabkan oleh faktor lain. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa t hitung 8,863 lebih besar dari t table 1,991. Oleh karena itu t hitung $>$ t table, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap pencapaian volume penjualan pada PT. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug. Berdasarkan dari hasil perhitungan menggunakan rumus regresi linier sederhana yaitu $y = 12,369 + 0,662 X$ artinya, jika promosi penjualan ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap pencapaian volume penjualan sebesar 0,662. Maka dapat dikatakan apabila promosi penjualan meningkat maka volume penjualan akan meningkat begitu pula sebaliknya.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Pencapaian Volume Penjualan

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of sales promotion to achievement of sales volume at PT. Midi Utama Indonesia Raden Patah Ciledug. The research method used is quantitative approach, survey using primary data and questionnaire with 80 samples. Based on the result of the formula of correlation coefficient of product moment, it is known that the correlation coefficient of 0,59 including medium category and coefficient of determination (KD) equal to 35% and 65% is caused by other factor. Result of hypothesis test show that t count 8,863 bigger than t table 1,991. Therefore t arithmetic $>$ t table, H_0 is rejected and H_a accepted, its mean there is a significant influence between promotions to the achievement of sales volume at PT. Midi Utama Indonesia Raden Patah Ciledug. Based on the results of simple linear regression formula $y = 12.369 + 0.662 X$ means, if the sales promotion is increased it will affect the achievement of sales volume of 0.662. So it can be said if the sales promotion increased then the sales volume will increase and vice versa.

Keywords: Sales Promotion, Sales Volume Achievement

A. Pendahuluan

Bisnis ritel merupakan keseluruhan aktivitas penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya dan bukan digunakan untuk keperluan bisnis atau diproses lebih lanjut. Setiap perusahaan yang melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir baik produsen, grosir, maupun pengecer dapat dikatakan bertindak dalam bisnis ritel/eceran. Salah satu upaya yang di tempuh oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan adalah perlunya di tunjang strategi pemasaran melalui orientasi promosi penjualan. Dari promosi penjualan tersebut yang menjadi salah satu titik tolak adalah harga. Penentuan harga bertujuan untuk mendorong penjualan dalam pemasaran suatu barang dan jasa, dan juga bersaing dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan merupakan hasil akhir yang di capai perusahaan dari hasil penjualan produk yang di hasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, tetapi di hitung secara keseluruhan dari total yang di capai. Seandainya Volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba meningkat tetapi sebaliknya apabila volume penjualan menurun, maka pencapaian laba perusahaan pun menurun.

Berikut ini adalah data volume penjualan alfamidi cabang raden fatah ciledug selama lima (5) tahun:

Tabel 1
Volum Penjualan Pt.Midi Utama Indonesia Cabang Raden Fatah
Periode 2011– 2015

Tahun	Target	Y2Y	Ach	Selisih
2011	272.000.000	219.550.470	81%	52.449.530
2012	430.250.000	370.775.030	86%	59.474.970
2013	555.100.000	517.254.009	93%	37.845.991
2014	660.000.000	600.343.354	91%	59.656.646
2015	691.000.000	646.368.036	94%	44.631.964

Sumber : Pt. Midi Utama Indonesia

Dari data di atas penulis ingin menjelaskan beberapa masalah yang sering terjadi di alfamidi pada saat program promosi berlangsung antara lain: Kupon undian yang habis, produk hadiah kosong/habis, produk yang di promosikan kosong/habis, kualitas produk

promo yang kurang baik/tidak bagus, program promo tidak sesuai dengan semestinya (mekanisme yang program) sehingga promosi yang sedang berjalan belum mampu menghasilkan pencapaian volume penjualan yang maksimal.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Promosi Penjualan terhadap pencapaian volume Penjualan pada PT.Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug”**.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan Promosi Penjualan yang di jalankan pada PT.Midi Utama Indonesia Cabang Raden Patah Ciledug?
2. Bagaimana pencapaian penjualan pada PT.Midi Utama Indonesia Cabang Raden Patah Ciledug?
3. Seberapa besar pengaruh Promosi Penjualan terhadap pencapaian volume penjualan pada PT. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan Promosi Penjualan di jalankan pada PT. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug.
2. Untuk mengetahui bagaimana pencapaian volume penjualan pada PT. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah ciledug.
3. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh promosi penjualan terhadap penapaian volume penjualan PT. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug.

D. Landasan Teori

Manajemen berasal dari kata Managemen yang berarti, mengatur, mengelola, mengkoordinasi, dan mengontrol. Pengaturan di lakukan melalui proses dan dan berdasarkan urutan dari fungsi fungsi manajemen. Menurut George R Terry yang di kutip oleh Hasibuan (2009:2) “Manajemen sebagai suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengarahan dan penegendalian yang di lakukan untuk menentukan seta mencapai sasaran yang telah di tentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya”.

Beberapa pakar manajemen mendefinisikan pengertian pemasaran untuk mengotimalkan hasil dalam dunia pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016:166) pengertian Pemasaran atau Marketing dapat di lihat dari 2 sudut pandang , yaitu dari sudut

pandang masyarakat (Society) “Marketing adalah proses dimana seseorang atau kelompok dapat memenuhi Need dan Want melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang atau jasa”.

Promosi merupakan salah satu langkah yang harus dilakukan perusahaan untuk terus dapat bersaing dan berkembang dalam dunia bisnis. Berikut ini beberapa definisi Promosi dari para ahli . Menurut Kotler dan Armstrong (2014:77) “Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut”.

Penjualan merupakan suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang mengarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan juga keinginan konsumen, serta mendapatkan hasil yang menguntungkan. Menurut Kotler (2009:457) “Penjualan adalah proses di mana kebutuhan pembeli dan penjual di penuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan”.

E. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data valid dengan tujuan di temukan, di buktikan dan di kembangkan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat di gunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah.

Untuk memperoleh data dan informasi dalam rangka penyusunan skripsi ini, maka penulis mengambil objek penelitian pada Pt. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug, Jl. Raden Patah no 43 Tlf 0816-711-090. Penelitian ini di laksanakan pada bulan Oktober sampai dengan Desember 2016.

Jenis penelitian yang di gunakan adalah kuantitatif, yaitu penelitian yang mendasar pada angka- angka atau statistik, dengan menggunakan rumus regresi atau prediktor, dari suatu variabel untuk dapat dikaji secara terpisah-pisah kemudian di hubungkan.

Populasi yang di peroleh dari perusahaan berjumlah rata-rata 400 konsumen dalam bulan Juli 2017.

Penetapan jumlah tersebut menggunakan rumusan, seperti di kemukakan oleh Slovin yang di kutip oleh Husain Umar (2003:56) sbb:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah Sample

e = Standar Error

Berdasarkan rumusan tersebut dapat di ketahui besaran sample sebagai berikut :

n = Jumlah Sample yang akan di cari

e = 10 % atau 0,1

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 400(0,1)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 4}$$

$$n = \frac{400}{5} = 80$$

Jadi jumlah sampel 80 orang pelanggan.

Pengumpulan data melalui studi pustaka (*library research*) dan study lapangan (*field research*). Observasi, Metode Angket dan dokumentasi.

Metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini metode analisis deskriptip, koefisien korelasi, koefisien determinasi.

Analisa Data dengan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Analisis Koefisien Korelasi (*Product Moment*), Uji Regresi Linier Sederhana, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis (Uji t), Operasional Variabel Penelitian

F. Hasil dan Pembahasan

Tabel 2

Komposisi Jawaban Instrumen Variabel Promosi Penjualan (X)

No	Pertanyaan Variabel x	Tanggapan					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
Sample / Sampling		5	4	3	2	1	
1	Apakah anda tertarik dengan sampel produk yang di berikan oleh Alfa midi	19	49	10	0	2	80
2	Sudahkah anda puas dengan sample produk dari Alfamidi	15	49	13	0	3	80
Tawaran uang Kembali		SS	S	R	TS	STS	Jumlah
3	Apa bila ada ketidaksesuaian/ketidakpuasan maka pihakAlfa midi memberikan konpensasi uang kembali (pengembalian uang dengan syarat-syarat tertentu)	16	42	18	2	2	80
4	Karyawan Alfa midi memberikan informasi dengan tepat dan jelas	18	41	18	0	3	80
KuponUndian		SS	S	R	TS	STS	Jumlah
5	Kupon di berikan sesuai dengan mekanisme promosi	19	51	10	0	0	80
6	Kupon promo selalu di berikan pada waktu bersamaan (saat	15	49	16	0	0	80

	berbelanja)						
Hadiah/gift							
7	Hadiah yang di berikan sesuai dengan nilai belanja	19	57	4	0	0	80
8	Produk hadiah sudah sesuai	16	47	14	2	1	80
Promosi Harga /potongan Harga							
9	Promosi harga menjadi minat utama berbelanja	12	34	25	0	0	80
10	Potongan harga di berikan untuk produk-produk tertentu	15	47	14	1	1	80
Jumlah		164	477	142	5	12	800
Presentase		20,5 %	60%	17,7 %	0,6 %	1,5 %	100%

Data : Di olah oleh Penulis

Perhitungan presentase komposisi jawaban dapat peneliti jabarkan pada perhitungan dibawah ini:

$$\text{Sangat Setuju (SS)} = 164/800 \times 100\% = 20,5\%$$

$$\text{Setuju (S)} = 477/800 \times 100\% = 60\%$$

$$\text{Ragu (RR)} = 142/800 \times 100\% = 17,7\%$$

$$\text{Tidak Setuju (TS)} = 5/800 \times 100\% = 0,6\%$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju (STS)} = 12/800 \times 100\% = 1,5\%$$

Dari hasil perhitungan persentase instrumen variabel Promosi Penjualan (X) yang diisi oleh 80 responden, dapat peneliti simpulkan bahwa Promosi Penjualan yang diberikan Alfa midi saat ini terbilang bagus.

Komposisi Jawaban Variabel Volume Penjualan (Y)

Berikut tabel di awah ini adalah komposisi jawaban instrumen variabel Volume Penjualan (Y) :

Tabel 3

Komposisi Jawaban Intsrumen Variabel Volume Penjualan (Y)

NO	Pertanyaan Variabel (Y)	SS	S	R	TS	STS	Jumlah
	Harga	5	4	3	2	1	
1	Alfamidi memberikan pilihan harga murah dengan paket	30	48	1	0	1	80
2	Harga jual produk Alfamidi relatif lebih murah dari mini market lainnya	16	57	6	0	1	80
	Rancangan Promosi	SS	S	R	TS	STS	Jumlah
3	Bermacam pilihan produk yang dipromosikan	18	56	4	1	1	80
4	Selalu ada promosi tambahan di awal dan	16	57	6	0	1	80

	akhir pekan yang berbeda						
Saluran Distribusi		SS	S	R	TS	STS	Jumlah
5	Cepatnya pengiriman barang memudahkan dalam memenuhi kebutuhan saya	27	49	3	0	1	80
6	Produk yang didisply penuh sehingga memudahkan dalam pencarian	29	47	3	0	1	80
7	Karyawan Alfamidi cepat dalam melayani konsumen	11	60	8	0	1	80
Mutu/Kualitas		SS	S	R	TS	STS	Jumlah
8	Kualitas produk baik	13	57	9	0	1	80
9	Alfa midi selalu memberikan	24	49	5	1	1	80

	pelayanan yang terbaik						
10	Alfa midi selalu meningkatkan mutu baik dari segi produk dan juga pelayanannya	1	69	8	1	1	80
Jumlah		185	549	53	3	10	800
Presentase		23,13%	68,63%	6,63%	0,38%	1,25%	100%

Perhitungan presentase komposisi jawaban dapat peneliti jabarkan pada peritungan di bawah ini :

Sangat Setuju (SS)	= 185/800 x 100%	=23,13%
Setuju (S)	= 549/800 x 100%	= 68,63%
Ragu-ragu (RR)	= 53/800 x 100%	= 6,63%
Tidak Setuju (TS)	= 3/800 x 100%	= 0,38%
Sangat Tidak Setuju (STS)	=10/800 x 100%	= 1,25%

Dari hasil perhitungan presentse instrumen variabel volume penjualan (Y) yang di isi oleh 80 responden, dapat peneliti simpulkan bahwa Volume Penjualan Pt .Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah saat ini sudah bagus, costumer yang melakuakn transaksi saat ini sebaian besar sudah menjadi pelanggan tetap. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas jawaban costumer yang menjawab sangat setuju sebanyak 185 responden atau 23,13%, yang menjawab setuju sebanyak 549 responden atau 68,63%, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 53 responden atau 6,63%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 responden atau 0,38%, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 10 responden atau 1,25%.

Uji Validitas Dan Realibilitas Variabel Promosi Penjualan (X)

Tabel 4

Hasil Perhitungan Validitas Promosi Penjualan (X)

Butir Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,762	0,220	VALID
2	0,709	0,220	VALID
3	0,770	0,220	VALID
4	0,745	0,220	VALID
5	0,415	0,220	VALID
6	0,354	0,220	VALID
7	0,334	0,220	VALID
8	0,558	0,220	VALID
9	0,368	0,220	VALID
10	0,391	0,220	VALID

Data : Diolah Penulis

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan seluruh instrument pernyataan variabel Promosi penjualan (X) yang didapat yaitu rhitung>rtabel 0,220 maka seluruh instrument pernyataan Promosi Penjualan (X) dinyatakan valid.

Tabel 5

Hasil perhtungan validitas Volume Penjualan (Y)

Butir Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,766	0,220	VALID
2	0,784	0,220	VALID
3	0,727	0,220	VALID
4	0,709	0,220	VALID
5	0,764	0,220	VALID
6	0,699	0,220	VALID
7	0,768	0,220	VALID
8	0,738	0,220	VALID
9	0,782	0,220	VALID
10	0,603	0,220	VALID

Data : Di olah oleh penulis

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan seluruh instrumen pernyataan variabel volume penjualan (y) yang didapat yaitu r hitung> r tabel 0,220 maka seluruh instrumen pernyataan volume penjualan (y) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

	R Hitung	R Tabel	
X Promosi	0,7544	0,220	reliabel
Y Volume Penjualan	0,905	0,220	reliabel

Kriteria dalam pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah jika r11 hitung > r tabel 0,220 maka butir tersebut reliabel dan jika r11 hitung > r tabel 0,220 maka butir tersebut tidak reliabel.

Korelasi *Product Moment*

Data perhitungan korelasi pengaruh Kualitas Promosi Penjualan terhadap pencapaian Volume Penjualan :

Diketahui :

- r = Nilai Koefisien Korelasi yang dicari
- n = 80 Jumlah responden
- X = 3176 Total Skor variabel Promosi Penjualan (x)
- Y = 3296 Total Skor variabel Voluem Penjualan(y)
- X² = 127408 Kuadrat Skor total variabel X
- Y² = 137484 Kuadrat Skor variabel Y (deviasi Y)
- XY = 131726 Jumlah Perkalian butir Variabl X dan Y

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{80\sum 131726 - (\sum 3176)(\sum 3296)}{\sqrt{\{80\sum 127408 - (3176)^2\} \cdot \{80\sum 137484 - (\sum 3296)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{10538080 - 10468096}{\sqrt{\{10192640 - 10086976\} \cdot \{10998720 - 10863616\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{69984}{\sqrt{\{105664\} \cdot \{135104\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{69984}{\sqrt{14275629056}}$$

$$r_{xy} = \frac{69984}{119480,664}$$

$$r_{xy} = 0,59$$

Setelah menginterpretasikan data maka hasil korelasi dengan tabel di atas di ketahui hasil r_{xy} sebesar 0,59 berada pada interval 0,40 – 0,599 yang dimana hasil tersebut masuk kedalam tingkat hubungan yang sedang (sedang)

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa kuat presentase pengaruh Promosi Penjualan (x) terhadap peningkatan volume penjualan (y) maka di perlukan pengujian koefisien determinasi, adapun rumus yang digunakan adalah dengan mengkuadratkan hasil korelasi r^2 .

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Diketahui :

KD = Koefisien Determinasi yang dicari

r = 0,59 koefisien korelasi

$$KD = 0,59^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,35 \times 100\%$$

$$KD = 35 \%$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa, promosi penjualan (x) berkontribusi sebesar 35% terhadap peningkatan volume penjualan (y) dan sisanya 65% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

Uji Regresi Sederhana

Uji regresi sederhana adalah untuk memprediksi seberapa besar nilai variabel promosi penjualan dengan nilai peningkatan volume penjualan di Alfa midi cabang raden patah dengan rumus regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Berdasarkan data pada tabel 4.13 tersebut diatas, dapat diketahui :

$$\begin{aligned} N &= 80 & \sum X^2 &= 127408 \\ \sum X &= 3176 & \sum Y^2 &= 137484 \\ \sum Y &= 3296 & \sum XY &= 131726 \end{aligned}$$

Jawab :

$$\begin{aligned} &= \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \\ &= \frac{80(131726) - (3176)(3296)}{80(127408) - (3176)^2} \\ &= \frac{10538080 - 10468096}{10192640 - 10086976} \\ &= \frac{69984}{105664} \\ &= 0,662 \end{aligned}$$

Sedangkan untuk mengetahui nilai a digunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} &= \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n} \\ &= \frac{3296 - 0,662(3176)}{80} \\ &= \frac{3092 - 2102,512}{80} \\ &= \frac{989,488}{80} \\ &= 12,369 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan regresi tersebut diatas, maka persamaan regresi sederhana persamaan volume penjualan yaitu :

$$\begin{aligned} Y &= a + bX \\ Y &= 12,369 + 0,662 X \end{aligned}$$

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta (12,369) artinya tanpa dipengaruhi variable promosi penjualan (X), maka variabel volume penjualan (Y) sudah terbentuk (12,369).
2. Koefisien regresi sebesar 0,662 artinya, jika promosi penjualan bisa ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan sebesar 0,662.

Maka dapat dikatakan apabila promosi penjualan ditingkatkan maka volume penjualan juga akan meningkat begitu pula sebaliknya.

Uji hipotesis (Uji-t)

Untuk menguji signifikan hubungan antara promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan, maka perlu suatu pengujian signifikan korelasi promosi penjualan terhadap volume penjualan, Pengujian hipotesis :

Ho : $\beta = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah ciledug.

Ha : $\beta \neq 0$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah ciledug.

1) Menentukan t_{table} :

Taraf signifikan	= 5%
Derajat Kebebasan	= n-2
	= 80-2
	= 78
	= (0,050 ; 78)
t_{table}	= 1,991

2) Menentukan t_{hitung}

Uji hipotesis (uji-t) adalah untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah dirumuskan akan diterima atau di tolak, maka rumus yang di gunakan menurut Sugiyono (2009:215).

$$t = \frac{rs \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

Diketahui :

- t = t_{hitung} yang dicari
- r = 0,59 nilai korelasi
- n = 80 jumlah responden

$$t = \frac{0,59 \cdot \sqrt{80-2}}{\sqrt{1-0,59^2}}$$

$$t = \frac{0,59 \cdot \sqrt{78}}{\sqrt{1-0,35}}$$

$$t = \frac{0,59(8,83)}{\sqrt{0,35}}$$

$$t = \frac{5,210}{0,6}$$

$$t = 8,683$$

Berdasarkan kaidah hipotesis yang di dapat yaitu t_{hitung} 8,683 dan t_{table} 1,991 maka dapat di ketahui bahwa t_{hitung} 8,683 > t_{table} 1,991 yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT Midi Utama Indonesia cabang Raden patah Ciledug, maka hipotesis yang ditetapkan pada penelitian ini adalah $H_0 : \beta = 0$ ditolak dan $H_a : \beta \neq 0$ diterima.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Promosi Penjualan terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Alfa midi saat ini sudah bagus. Hal ini dapat dilihat dari hasil presentase jawaban konsumen yang menjawab “sangat setuju” sebesar 20,5%, “setuju” sebesar 60%, jadi total sebesar 80,5%.
2. Pencapaian Volume penjualan alfa midi saat ini sudah bagus. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas jawaban konsumen yang menjawab “sangat setuju” sebesar 23,13%, “setuju”sebesar 63,63% , jadi total sebesar 86,76%.
3. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus koefisien korelasi product moment, diketahui koefisien korelasi sebesar 0,59 termasuk kategori sedang dan koefisien determinasi (KD) sebesar 35% dansisnya 65% disebabkan oleh factor lain. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa t hitung 8,863 lebih besar dari t table 1,991. Oleh karena itu t hitung > t table, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap pencapaian volume penjualan pada PT. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug. Berdasarkan dari hasil perhitungan menggunakan rumus regresi linier sederhana yaitu $y = 12,369 + 0,662 X$ artinya, jika promosi penjualan ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap pencapaian volume penjualan sebesar 0,662. Maka dapat dikatakan apabila promosi penjualan meningkat maka volume penjualan akan meningkat begitu pula sebaliknya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka selanjutnya penulis ingin mengajukan beberapa saran yang kiranya dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan, yaitu:

1. Disarankan kepada PT. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug harus berupaya meningkatkan perihal Promosi Penjualannya.
2. Disarankan pada PT. Midi Utama Indonesia cabang Raden Patah Ciledug dapat meningkatkan nilai belanja sehingga akan terjadi peningkatan volume belanja yang akhirnya akan memberikan laba yang lebih pada perusahaan.

G. Daftar Pustaka

Arikunto, Suharsini (2013) *Prosedur Penelitian*, Penerbit :RinekaCipta Jakarta.

Herdiana, Asep (2015) *"Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merk Honda Pada PT. Trimegah Auto Flaza Bsd Tangerang Selatan"*, Universitas Pamulang.

Kotler (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Penerbit: Erlangga Jakarta

Kotler and Gary Amstrong (2007) *Dasar-dasar Pemasaran* Edisi Kesembilasn Jilid, Pt Index Jakarta.

_____ (2008) *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke Duabelas Jilid ke I, Erlangga Jakarta

Kotler and Keller (2017) *Manajemen Pemasaran Diterjemahkan Oleh Sarman Bob*, Edisi Ke Tiga Belas Jilid II, Erlangga Jakarta.

Nurullah, Vikri (2015) *"Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Cabang Kunciran Tangerang"*, Universitas Pamulang.

Pradana, Nico Adrew (2014) *"Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Cv. Rown Division Surakarta"*, Universitas Muhamadyah Surakarta.

R.Terry, George and Leslie W.Rue. 2012. *Dasar-dasar Manajemen*. Bumi Aksara. Jakarta

Siregar, Liliana (2006) *"Pengaruh Promosi Penjualan terhadap peningkatan Volume Penjualan pada Dealer Motor di Jalan Dr. Sumantri Bandung"*, Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Sugiono (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabet . Bandung.

<http://adiyanfarm.blogspot.co.id/2012/12/promosi-penjualan-sales-promotion.html>

<http://arnotblogspotvolumepenjualan.blogspot.co.id/2016/03/pengertian-volume-penjualan-menurut.html>

<Http://bookreadingathome.com/download/sugiyono%20metode%20penelitian%20kuantitatif%20kualitatif%20dan%20r%20d.pdf>

<http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=25667>

Http://www.academia.edu/8903988/BAB_II-Landasan_Teori-SIA_Penjualan_Tunai

<http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-pemasaran-menurut-ahli.html>

<http://www.goegle.co.id/amps/wennisherlia.wordpress.com/2013/12/02/semi-proposal-skripsi/amp>

<Http://www.goegle.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.unpa.s.ac.id/12341/5/BAB%2520II%2520draf.pdf&ved=2ahUKEwiu5LfR55XahWDqLwKHQI6A6YQFjACegQICBA&usg=AOvVaw2w-diHcpic300IlegkpfD0>

<http://information4lecture.blogspot.co.id/2011/04/pengaruh-promosi-penjualan-terhadap.html?m=1>

<http://irwansahaja.blogspot.co.id/2014/05/volume-tujuan-dan-faktor-yang.html>

<http://manajemenpemasaran2.blogspot.co.id/2013/03/manajemen-pemasaran-pengertian.html?m=1>

<http://riefirmansyah.blogspot.com/2016/03/7p-pemasaran-alat-pemasaran-menurut.html?m=>

<http://www.seputarpengetahuan.com/2015/03/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-lengkap.html>

<http://sejournal.stiesia.ac.id/jirmarticdownload6252621>

<http://www.goegle.co.id/http://repository.ekuitas.ac.id>> handle

[Http://www.goegle.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.unpas.ac.id/12341/5/BAB%2520II%2520draf.pdf&ved=2ahUKEwiu5LfR55XahWDgLwKHQI6A6YQFjACegQICBA&usg=AOvVaw2w-diHcpic300IlegkpfD0](http://www.goegle.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.unpas.ac.id/12341/5/BAB%2520II%2520draf.pdf&ved=2ahUKEwiu5LfR55XahWDgLwKHQI6A6YQFjACegQICBA&usg=AOvVaw2w-diHcpic300IlegkpfD0)

[Http://www.goegle.co.id/Pengaruh](http://www.goegle.co.id/Pengaruh) -promosi-penjualan-terhadap-volume-penjualan_PDF<https://repository.unri.ac.id/handle/jurnal>