

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN HARGA DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN WIFI PADA PT. TELKOM KABANJAHE

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi dan harga dalam meningkatkan volume penjualan WIFI Pada PT. Telkom Kabanjahe. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.590 orang. Metode penentuan sampel menggunakan rumus slovin yang berjumlah 94 orang. Metode yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap volume penjualan dimana nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu $(2.548 > 1.661)$ dengan tingkat signifikansi $(0.013 < 0.05)$ dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap volume penjualan dimana nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu $(4.306 > 1.661)$ dengan tingkat signifikansi $(0.000 < 0.05)$ dan hasil penelitian menggunakan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.282 yang menunjukkan bahwa variabel bebas mampu memberikan penjelasan terhadap variabel terikat sedangkan sisanya 71.8% dapat dijelaskan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil dari persamaan regresi linear berganda $Y=4.020+0.157 X_1+0.422X_2+e$

Kata kunci : Promosi, Harga, Volume Penjualan



ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PROMOTIONS AND PRICES IN INCREASING THE VOLUME OF WIFI SALES IN PT. TELKOM KABANJAHE

. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of promotion and price in increasing WIFI sales volume at PT. Telkom Kabanjahe. This type of research is descriptive with a quantitative approach. The population in this study was 1,590 people. Method The sample method uses the slovin formula which opens 94 people. The method used is multiple linear regression method. The results showed that promotion had a positive and partially significant effect on sales volume where the tcount value was greater than the ttable value, namely $(2.548 > 1.661)$ with a significance level $(0.013 < 0.05)$ and the price variable had a positive and partially significant effect on sales volume. the tcount value is greater than the ttable value, namely $(4.306 > 1.661)$ with a significance level $(0.000 < 0.05)$ and the results of the study use a coefficient of determination (R^2) of 0.282 which indicates that the independent variable is able to provide an explanation of the variable while the rest is more 71.8% other variables that were not examined in this study can be explained. The results of the multiple linear regression equation $Y=4.020+0.157 X1+0.422X2+e$.

Keywords: Promotion, Price, Sales Volume

