

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA, PROMOSI, VARIAN
PRODUK DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA PRODUK
MAINAN MEREK LEGO DI GRAND CITY SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Asrul Ramadhanni

01212127

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA – SURABAYA
2016**

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA, PROMOSI, VARIAN
PRODUK DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA PRODUK
MAINAN MEREK LEGO DI GRAND CITY SURABAYA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi*



PRO PATRIA

Disusun Oleh:

Asrul Ramadhanni

01212127

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAREOTAMA – SURABAYA
2016**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asrul Ramadhanni
NIM : 01212127
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA, PROMOSI, VARIAN PRODUK
DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA PRODUK MAINAN MEREK
LEGO DI GRAND CITY SURABAYA**

adalah benar - benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakann bilamana diperlukan.

Surabaya, 08 Februari 2008

Pembuat Pernyataan,

Materai Rp. 6.000

Asrul Ramadhanni
01212127

PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA, PROMOSI, VARIAN PRODUK
DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA PRODUK MAINAN MEREK
LEGO DI GRAND CITY SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH:
ASRUL RAMADHANNI
01212127

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,

(_____)

Dr. Arasy Alimudin, SE.MM.

PRO PATRIA

TANGGAL.....

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,

(_____)

I Gede Arimbawa, SE.MM.

TANGGAL.....

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI, TANGGAL JULI 2016

Judul Skripsi : **ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA,
PROMOSI, VARIAN PRODUK DENGAN VOLUME
PENJUALAN PADA PRODUK MAINAN MEREK
LEGO DI GRAND CITY SURABAYA**

Disusun Oleh : Asrul Ramadhanni
NIM : 01212127
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. Drs. Ec. I Nyoman Sudapet, MM.
2. Dr. Arasy Alimudin, SE.,MM.
3. Santirianingrum Soebandi, SE., M.Com

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asrul Ramadhanni
NIM : 01212127
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA, PROMOSI, VARIAN PRODUK DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA PRODUK MAINAN MEREK LEGO DI GRAND CITY SURABAYA

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal : 06 Agustus 2016
Yang menyatakan

(Asrul Ramadhanni)
01212127

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : *ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA, PROMOSI, VARIAN PRODUK DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA PRODUK MAINAN MEREK LEGO DI GRAND CITY SURABAYA*. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Arasy Alimudin, SE.MM. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak I Gede Arimbawa, SE.MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya
3. Bapak Drs. I Nyoman Sudapet, MM. selaku dosen penguji 1 (satu) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi saya.
4. Ibu Santirianingrum Soebandi, SE., M.Com selaku dosen penguji 2 (dua) yang juga banyak membantu memberikan masukan di dalam perbaikan skripsi saya.
5. Bapak Drs. Ec. Agus Baktiono, MM. yang juga banyak membantu memberikan masukan dan saran terhadap skripsi saya.
6. Kepada teman saya Ikal R. Gusdinar yang telah membantu dalam penyusunan skripsi saya.
7. Teman – teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah berjuang bersama – sama selama ini dan juga mendukung dalam skripsi saya.

8. Bapak/Ibu dosen, staf, karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya, yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, serta Penulis berharap semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Surabaya, 06 Agustus 2016

Asrul Ramadhanni



ABSTRAK

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA HARGA, PROMOSI, VARIAN PRODUK DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA PRODUK MAINAN MEREK LEGO DI GRAND CITY SURABAYA

Oleh:
Asrul Ramadhanni

Dosen Pembimbing:
Dr. Arasy Alimudin, SE.MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara harga, promosi, varian produk dengan volume penjualan pada produk mainan merek Lego di Grand City Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel berdasarkan penyebaran angket kepada konsumen atau pelanggan produk merek Lego di Grand City Surabaya dan sampel diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas dan uji chi-square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi dan varian produk mempunyai hubungan yang signifikan terhadap volume penjualan yang mempunyai nilai signifikan $< 0,05$. Indikator ketertarikan pada pelaksanaan event promosi dari variabel promosi merupakan yang paling sangat signifikan dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. Jadi variabel harga, promosi, dan varian produk mempunyai hubungan yang baik dengan volume penjualan agar tingkat penjualan stabil dan meningkat.

Kata kunci : *Harga, Promosi, Varian Produk, Volume Penjualan, Uji Chi-Square, Lego Grand City*

ABSTRACT

ANALYSIS OF RELATIONSHIP BETWEEN PRICE, PROMOTION, PRODUCT VARIANTS WITH SALES VOLUME ON THE TOY BRAND LEGO PRODUCTS IN THE GRAND CITY SURABAYA

By:

Asrul Ramadhanni

Advisor Lecturer:

Dr. Arasy Alimudin, SE.MM.

This study aimed to analyze the relationship between price, promotion, product variants with sales volume on the toy brand Lego products in the Grand City Surabaya. This research is quantitative. The population and the sample is based on questionnaires to consumers Lego brand products at Grand City Surabaya and samples were taken by 100 respondents. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. Analysis of the data used are validity, reliability test and chi-square test. The results showed that price, promotion and product variants has a significant connection to the volume of sales that have significant value <0.05 . Indicators of interest on the implementation of promotional events from variable promotion is the most significant and have significant value of 0.000. So variable pricing, promotion, and product variants have a good relationship with the volume of sales to be stable and increased sales levels.

Keywords: *Price, Promotion, Product Variant, Sales Volume, Chi-Square Test, Lego Grand City*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktisi	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Rerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Konsep Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Bauran Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Harga	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Promosi	Error! Bookmark not defined.

2.2.6 Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.7 Volume Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Jenis,Sumber dan Teknik Pengambilan Data....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Jenis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Teknik Pengambilan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Desain Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisa Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Deskripsi Operasional	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Struktur Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Profil Jawaban Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

4.3.3 Pembahasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	1
5.1 Kesimpulan.....	1
5.2 Saran.....	3
DAFTAR PUSTAKA	4
RIWAYAT HIDUP.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Jumlah Produk terjual 3 – 4 bulan terakhir Tahun 2015.....	4
Tabel 1.2 : Data Penjualan Produk mainan merek Lego Grand City Surabaya.....	6
Tabel 2.1 : Matrik Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 : Desain Instrumen Penelitian.....	43
Tabel 4.1 : Usia Responden.....	53
Tabel 4.2 : Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.3 : Jenis Kelamin – Usia Responden.....	54
Tabel 4.4 : Frekuensi Jawaban Responden X_1	55
Tabel 4.5 : Frekuensi Jawaban Responden X_2	57
Tabel 4.6 : Frekuensi Jawaban Responden X_3	58
Tabel 4.7 : Frekuensi Jawaban Responden Y.....	61
Tabel 4.8 : Validitas semua variabel.....	63
Tabel 4.9 : Reliabilitas.....	64
Tabel 4.10: Output Uji Crosstab Chi-Square test.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....35
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	77
Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden.....	81
Lampiran 3 : Output SPSS Uji Chi-Square.....	85
Lampiran 4 : Foto Toko Lego Shop (Grand City Surabaya)	100



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada tujuan penelitian mengenai hubungan antara Harga, Promosi, Varian Produk dengan Volume Penjualan yang dilakukan pada konsumen atau pelanggan yang membeli produk mainan Lego di Grand City Surabaya maka ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Harga (X_1) yang terdiri dari harga terjangkau ($X_{1.1}$), harga sesuai kualitas ($X_{1.2}$), harga cukup bersaing ($X_{1.3}$), harga sesuai manfaat ($X_{1.4}$), dan harga mempengaruhi daya beli ($X_{1.5}$) merupakan variabel yang mempunyai hubungan yang signifikan dengan Volume Penjualan (Y) terdapat nilai signifikan $< 0,05$ dan yang paling sangat signifikan ialah harga cukup bersaing ($X_{1.3}$) dan harga sesuai manfaat ($X_{1.4}$) yang mempunyai nilai signifikan sebesar 0,002.
- 2) Promosi (X_2) yang terdiri dari ketertarikan pada pelaksanaan event promosi ($X_{2.1}$), kemudahan mencari informasi melalui internet ($X_{2.2}$), dan ketertarikan pada papan nama toko ($X_{2.3}$), merupakan variabel yang mempunyai hubungan yang signifikan dengan Volume Penjualan (Y) yang terdapat nilai signifikan $<$

0,05 dan yang paling sangat signifikan ialah ketertarikan pada pelaksanaan event promosi ($X_{2.1}$) yang mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000.

- 3) Varian Produk (X_3) yang terdiri produk mempunyai kualitas ($X_{3.1}$), design produk menarik ($X_{3.2}$), produk mempunyai bentuk yang unik ($X_{3.3}$), dan kemasan produk mempengaruhi daya beli ($X_{3.4}$) merupakan variabel yang mempunyai hubungan yang signifikan dengan Volume Penjualan (Y) yang terdapat nilai signifikan $< 0,05$ dan yang paling sangat signifikan ialah kemasan produk mempengaruhi daya beli ($X_{3.4}$) yang mempunyai nilai signifikan sebesar 0,001.

Dari uraian tersebut diatas diantara ketiga variabel yang mempunyai nilai hubungan paling tinggi adalah ketertarikan pada pelaksanaan event promosi sehingga dapat diartikan bahwa apabila pada pelaksanaan event promosi lebih diperhatikan maka volume penjualan akan semakin meningkat dan apabila pada pelaksanaan event promosi tidak dilakukan maka volume penjualan tidak akan stabil atau dikatakan menurun.

1.2 Saran

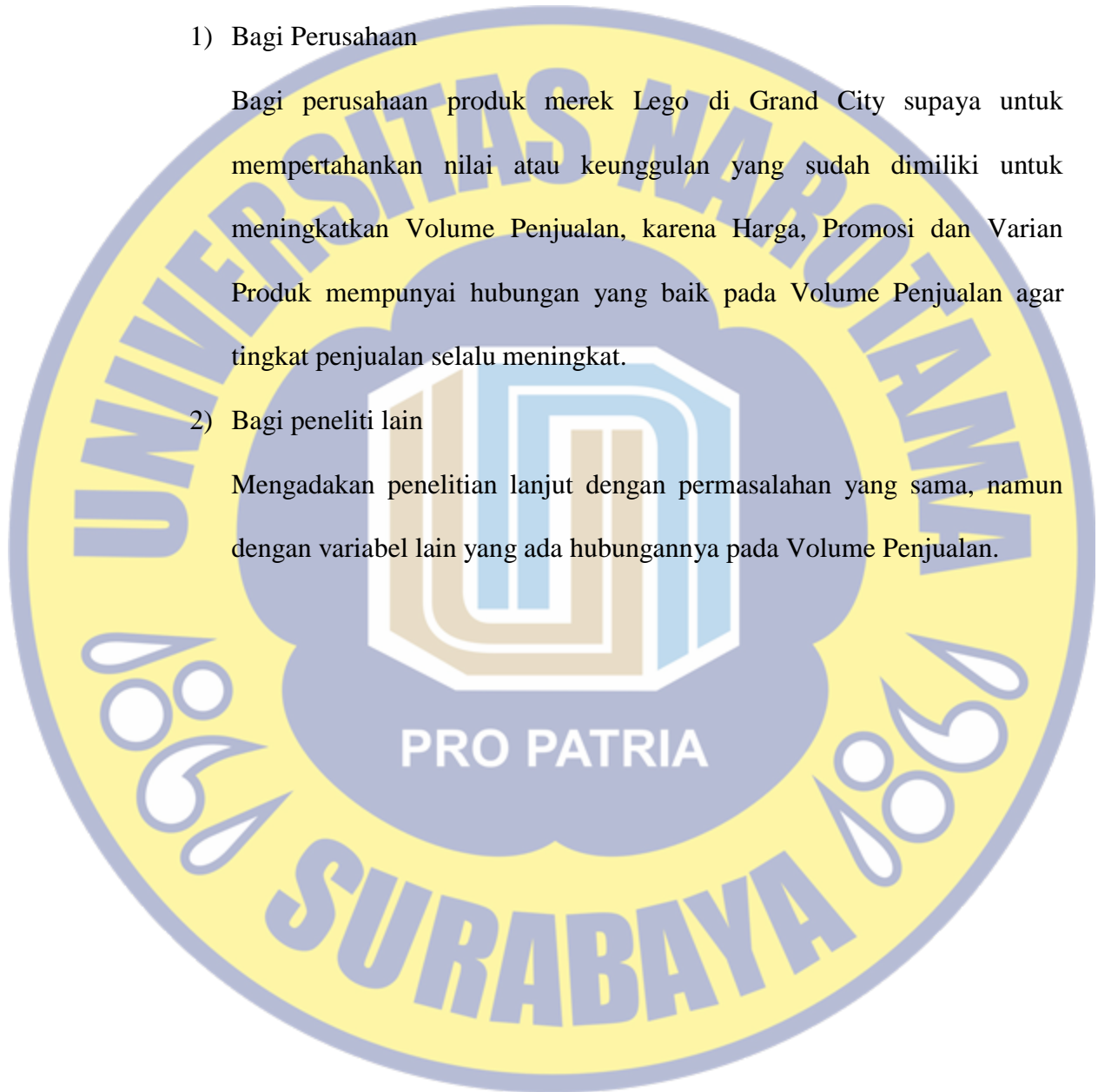
Berdasarkan hasil penelitian di atas, saran – saran bisa dijadikan sebagai berikut :

1) Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan produk merek Lego di Grand City supaya untuk mempertahankan nilai atau keunggulan yang sudah dimiliki untuk meningkatkan Volume Penjualan, karena Harga, Promosi dan Varian Produk mempunyai hubungan yang baik pada Volume Penjualan agar tingkat penjualan selalu meningkat.

2) Bagi peneliti lain

Mengadakan penelitian lanjut dengan permasalahan yang sama, namun dengan variabel lain yang ada hubungannya pada Volume Penjualan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, Arasy dan Habib Yoga.2015. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kecil Produk Makanan Ringan di Surabaya*.Jurnal Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.
- Ardiansyah, Rizky.2013. *Pengaruh Harga, Produk, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda*.Surabaya.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Arikunto.2010.*Prosedur penelitian “Suatu pendekatan praktik” (edisi revisi)*.Jakarta.Rineka Cipta
- Boyd, W.Harper, Orville C. Walker dan Jean-Claude Larreche.2000. *Manajemen Pemasaran “Suatu pendekatan Strategis dengan Orientasi Global”*.Jakarta.Erlangga.
- Dwi Utami, Maqfira.2011. *Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket Pada Pt. Maniela Tour & Travel Di Makassar*.Skripsi.
- Ghozali, Imam.2001. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*.Semarang.Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam.2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*.Semarang.Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlambang, Susatyo SE. MM.2014. *Dasar-dasar Pemasaran “Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran”*.Yogyakarta.Gosyen Publising.

Isqo, Hayatun.2015. *Pengaruh Variasi Produk terhadap Volume Penjualan merek AKO pada Matahari Dept. Store Lembuswana di Samarinda.*eJournal Ilmu Administrasi Bisnis.

Kotler, Philip dan Amstrong,Gary.1997. *Dasar-dasar Pemasaran “Principles of Marketing 11th edition” Jilid 2 Edisi Bahasa Indonesia.* Jakarta.Prenhallindo.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong.2003. *Dasar-dasar Pemasaran jilid 1 Edisi Kesembilan.*Jakarta.PT.Indeks.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong.2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid2.*Jakarta.Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller,K.L.2007. *Manajemen Pemasaran edisi ke12 jilid 2 “Marketing Management” edisi Bahasa Indonesia.* PT.Indeks.

Kotler, Philip.1997. *Manajemen Pemasaran “Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol” edisi 9.*Jakarta.PT.Prenhallindo.

Kotler, Philip.1999. *Marketing Management “The Millenium Edition”.*New Jersey.PrenticeHall Inc.

Kotler, Philip.2003. *Marketing Management 11th edition.*New Jersey.Prentice Hall Inc.

Kotler, Philip.2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 “Marketing Management 11th edition”.*Jakarta.PT.Indeks.

Kotler, Philip.2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 9.*Jakarta.PT.Prenhallindo

Kusumawati, Ike Aris.2013. *Analisis Harga, Merek, Kualitas, Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin.*Jember.Studi Kasus pada Business Centre.

Marbun, B.N.2003. *Kamus Manajemen*.Jakarta.Pustaka Sinar Harapan.

Rangkuti, Freddy.2009. *Strategi Promosi yang Kreatif, edisi pertama, cetakan pertama*.Jakarta.Gramedia Pustaka

Rezki, Rahmat.2014. *Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan promosi terhadap Keputusan Pembelian ruko pada CV. Sinar Jaya Global Steel*.Padang.Jurnal.

Satir, Khaerul.2015. *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Rumah pada Pt. Haji Satir*.Kota Makassar.Skripsi.

Sugiyono.2012.*Memahami penelitian kualitatif*.Bandung.Alfabeta

Swastha, Basu dan Irawan .1990. *Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta.Liberty.

Swastha, Basu dan Irawan.2003.*Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta.Liberty

Tjiptono, Fandy.2004. *Strategi Pemasaran*.Yogyakarta.Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy.2008. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*.Yogyakarta.Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy.2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*.Yogyakarta.Penerbit Andi

