

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Tempat Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Dealer Yamaha Putera Motor Cabang Petir**

Dealer Yamaha Putera Motor merupakan salah satu perusahaan yang dijalankan oleh Putera Group, dimana Putera Group merupakan perusahaan yang bergerak di dunia bisnis sepeda motor, YAMAHA. Mulai dari penjualan unit hingga purna jual dilakukan oleh Putera Group secara profesional agar kebutuhan masyarakat akan sepeda motor YAMAHA dapat terpenuhi dengan baik dan memuaskan. Putera Group yang terdiri dari 7 (Tujuh) perusahaan yang dijalankan dengan sistem manajemen dan dikelola secara profesional. Dengan memiliki 43 Jaringan yang tersebar luas di wilayah Jabodetabek, Banten dan Lampung guna memenuhi kebutuhan konsumen di wilayah tersebut. Putera Group telah siap dengan jaringan purna jual dan didukung oleh mekanik yang handal,

terlatih serta penyediaan suku cadang asli YAMAHA untuk menjamin kualitas purna jual.

## **2. Visi & Misi**

### **a. Visi**

Menjadi Dealer Pilihan Utama yang berkualitas dengan semangat kebersamaan & kepercayaan.

### **b. Misi**

- 1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan memberikan pelatihan yang tepat dan berkesinambungan
- 2) Memberikan kesempatan setiap karyawan berkembang sesuai dengan potensi secara individu.
- 3) Pengembangan secara terus menerus sistem operasi perusahaan dengan teknologi yang terpadu.
- 4) Membangun kerjasama saling menguntungkan dengan mitra usaha. Menumbuhkan kepercayaan konsumen dengan memberi pelayanan berkualitas agar terbentuk konsumen loyal (CRM).
- 5) Turut berpartisipasi dalam kepedulian lingkungan (CSR).
- 6) Meningkatkan nilai tambah bagi pemegang saham.

### **3. Budaya Kerja**

- a) Menjadi pribadi yang berharga dengan menjunjung tinggi kejujuran.
- b) Mengutamakan Kedisiplinan untuk mencapai hasil kerja yang efektif & efisien.
- c) Bekerjasama memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen dan sesama rekan kerja.
- d) Terus bertumbuh dengan semangat kebersamaan.

### **B. Deskripsi Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder berupa harga kendaraan sepeda, biaya promosi dan tingkat penjualan Yamaha NMAX khususnya Yamaha NMAX di Dealer Yamaha Putera Motor Cabang Petir selama satu tahun dengan pelaporan penjualan setiap minggu.

Berikut ini merupakan data harga, promosi dan penjualan sepeda motor Yamaha NMAX di Dealer Yamaha Putera Motor Cabang Petir:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Data Penelitian**

<b>Priode</b>	<b>Harga Unit</b>	<b>Unit Terjual</b>	<b>Biaya Promosi</b>	<b>Penjualan</b>
Minggu 1 bulan 1	Rp.26.300.000	3 unit	Rp.400.000	Rp.78.900.000
Minggu II bulan 1	Rp.26.300.000	3 unit	Rp.400.000	Rp.78.900.000
Minggu III bulan 1	Rp.26.300.000	4 unit	Rp.600.000	Rp.105.200.000
Minggu IV bulan 1	Rp.26.300.000	4 unit	Rp.500.000	Rp.105.200.000
Minggu 1 bulan 2	Rp.26.300.000	1 unit	Rp.400.000	Rp.26.300.000
Minggu II bulan 2	Rp.26.300.000	3 unit	Rp.500.000	Rp.78.900.000
Minggu III bulan 2	Rp.26.300.000	3 unit	Rp.500.000	Rp.78.900.000
Minggu IV bulan 2	Rp.26.300.000	3 unit	Rp.400.000	Rp.78.900.000
Minggu 1 bulan 3	Rp.26.300.000	1 unit	Rp.400.000	Rp.26.300.000
Minggu II bulan 3	Rp.26.300.000	2 unit	Rp.400.000	Rp.52.600.000
Minggu III bulan 3	Rp.26.300.000	4 unit	Rp.600.000	Rp.105.200.000
Minggu IV bulan 3	Rp.26.300.000	3 unit	Rp.500.000	Rp.78.900.000
Minggu 1 bulan 4	Rp.26.300.000	1 unit	Rp.400.000	Rp.26.300.000
Minggu II bulan 4	Rp.26.300.000	2 unit	Rp.400.000	Rp.52.600.000
Minggu III bulan 4	Rp.26.300.000	1 unit	Rp.500.000	Rp.26.300.000
Minggu IV bulan 4	Rp.26.300.000	2 unit	Rp.400.000	Rp.52.600.000
Minggu 1 bulan 5	Rp.26.300.000	2 unit	Rp.400.000	Rp.52.600.000
Minggu II bulan 5	Rp.26.300.000	4 unit	Rp.400.000	Rp.105.200.000
Minggu III bulan 5	Rp.26.300.000	4 unit	Rp.500.000	Rp.105.200.000
Minggu IV bulan 5	Rp.26.300.000	5 unit	Rp.400.000	Rp.131.500.000
Minggu 1 bulan 6	Rp.26.300.000	6 unit	Rp.600.000	Rp.157.800.000
Minggu II bulan 6	Rp.26.300.000	2 unit	Rp.500.000	Rp.52.600.000
Minggu III bulan 6	Rp.26.300.000	2 unit	Rp.500.000	Rp.52.600.000
Minggu IV bulan 6	Rp.26.300.000	6 unit	Rp.500.000	Rp.157.800.000
Minggu 1 bulan 7	Rp.26.300.000	3 unit	Rp.500.000	Rp.78.900.000
Minggu II bulan 7	Rp.26.300.000	4 unit	Rp.600.000	Rp.105.200.000

Minggu III bulan 7	Rp.26.300.000	6 unit	Rp.600.000	Rp.157.800.000
Minggu IV bulan 7	Rp.26.300.000	6 unit	Rp.600.000	Rp.157.800.000
Minggu I bulan 8	Rp.27.500.000	4 unit	Rp.500.000	Rp.110.000.000
Minggu II bulan 8	Rp.27.500.000	4 unit	Rp.500.000	Rp.110.000.000
Minggu III bulan 8	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.500.000	Rp.137.500.000
Minggu IV bulan 8	Rp.27.500.000	6 unit	Rp.400.000	Rp.165.000.000
Minggu I bulan 9	Rp.27.500.000	3 unit	Rp.500.000	Rp.82.500.000
Minggu II bulan 9	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.600.000	Rp.137.500.000
Minggu III bulan 9	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.600.000	Rp.137.500.000
Minggu IV bulan 9	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.500.000	Rp.137.500.000
Minggu I bulan 10	Rp.27.500.000	4 unit	Rp.600.000	Rp.110.000.000
Minggu II bulan 10	Rp.27.500.000	4 unit	Rp.600.000	Rp.110.000.000
Minggu III bulan 10	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.600.000	Rp.137.500.000
Minggu IV bulan 10	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.500.000	Rp.137.500.000
Minggu I bulan 11	Rp.27.500.000	4 unit	Rp.500.000	Rp.110.000.000
Minggu II bulan 11	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.500.000	Rp.137.500.000
Minggu III bulan 11	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.600.000	Rp.137.500.000
Minggu IV bulan 11	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.600.000	Rp.137.500.000
Minggu I bulan 12	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.700.000	Rp.137.500.000
Minggu II bulan 12	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.700.000	Rp.137.500.000
Minggu III bulan 12	Rp.27.500.000	5 unit	Rp.600.000	Rp.137.500.000
Minggu IV bulan 12	Rp.27.500.000	6 unit	Rp.600.000	Rp.165.000.000

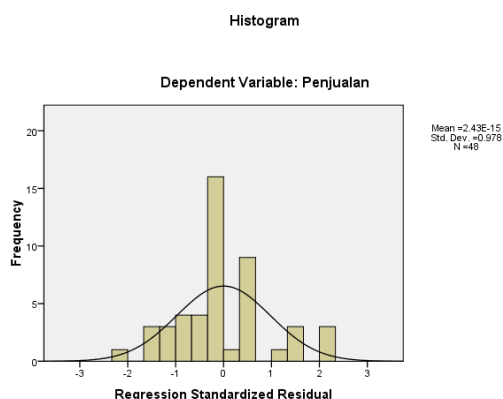
Sumber:Data Hasil Penjualan Sepeda Motor Yamaha NMAX  
Deler Yamaha Putera motor cabang Petir Kab.Serang.

## C. Analisis data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

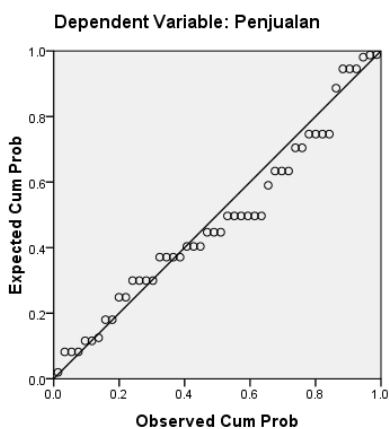
Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini cara yang digunakan yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas dengan analisis grafik yaitu grafik *Normal Probability plot* dan grafik histogram. Untuk lebih meyakinkan apakah data terdistribusi normal atau tidak, digunakan juga uji statistic dengan non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut adalah output hasil olah data dengan menggunakan SPSS *for windows*.



**Gambar 4.1**  
**Histogram Uji Normalitas**

Gambar di atas menunjukkan bahwa grafik histogram didapatkan garis kurva normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diteliti berdistribusi normal. Selanjutnya uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Normal Probability plot*. Uji normalitas dengan menggunakan *Normal Probability plot* disajikan pada gambar berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Gambar 4.2**

### **Uji Normalitas *Normal Probability plot***

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa sebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan semua data berdistribusi secara normal. Selanjutnya untuk lebih

meyakinkan, bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal, penulis menganalisisnya dengan uji *Kolmogorof-Smirnov*. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Y	X.1	X.2
N		47	47	47
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	64.14	58.68	90.58
	Std. Deviation	10.674	8.023	15.951
Most Extreme Differences	Absolute	.085	.109	.101
	Positive	.085	.109	.101
	Negative	-.079	-.105	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.640	.826	.762
Asymp. Sig. (2-tailed)		.717	.531	.670
a. Test distribution is Normal.				

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorof Smirnov Test* di atas dapat diketahui nilai statistic *Kolmogorof Smirnov* variable Y (penjualan) sebesar 0.717 dan Variabel X<sub>1</sub>



(harga) sebesar 0.531, dan variable  $X_2$  (promosi) sebesar 0.670. Karena nilai statistik *Kolmogorof Smirnov* > taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 maka dapat disimpulkan nilai residual dari uji normalitas berdistribusi **normal**.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) atau *Tolerance Value*.

Apabila nilai *tolerance value* lebih tinggi daripada 0,10 atau VIF lebih kecil daripada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.<sup>1</sup> Besarnya VIF dan *Tolerance value* dari hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut.

---

<sup>1</sup> Andryan Setyadharma, *Uji Asumsi Klask dengan SPSS 16.00*, (Semarang: UNES), p. 6

**Tabel 4.3**  
**Uji Multikolinearitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)			
1	X.1	.771	1.298
	X.2	.771	1.298

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olah data SPSS (2018)

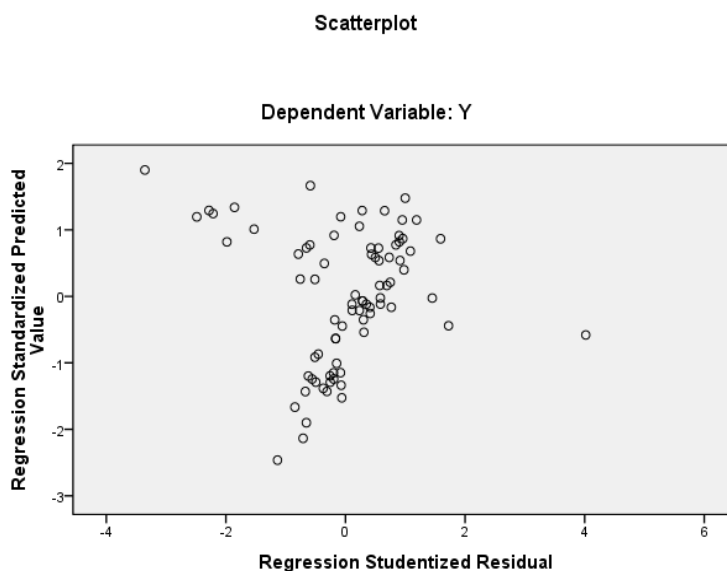
Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Tolerance value lebih tinggi dari 0.10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolonieritas dan model regresi layak digunakan.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Scatter-Plot*. Asumsinya adalah jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut hasil uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS *for windows*.



**Gambar 4.3**

### Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa pengaruh antara harga dan promosi terhadap penjualan

menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta menyebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa pada uji ini tidak terjadi problem heterokedastisitas pada model regresi.

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji bahwa pada suatu model regresi linier terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu (*residual*) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Penyimpangan asumsi ini biasanya muncul pada observasi yang menggunakan data time series. Penyimpangan autokorelasi dalam penelitian di uji dengan uji Durbin-Watson (DW-test).

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Durbin-Watson**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	Standar Error	Durbin-Watson
1	0,686 <sup>a</sup>	0,471	0,441	30,588	1,756

a. Variabel Independen: Harga, Promosi

b. Variabel Dependen: Penjualan

Dari Tabel 4.4 hasil perhitungan di atas dapat dilihat nilai DW sebesar 1,756 dengan kriteria uji, jika nilai DW yang terletak antara  $1,62 < DW < 2,38$  maka tidak terjadi autokorelasi. Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi karena nilai Durbin Watson berada antara  $1,62 < 1,756 < 2,38$  dan asumsi non autokorelasi telah terpenuhi. Dengan hasil uji autokorelasi di atas, maka dapat disimpulkan dalam Gambar 4.4 berikut:

**Gambar 4.4 Tabel Hasil Uji Autokorelasi**

Autokorelasi Positif	Tidak ada keputusan	Tidak terjadi Autokorelasi	Tidak ada keputusan	Autokorelasi Negatif		
0	1,45	1,62	1,756	2,38	2,55	4

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap penjualan. Adapun hasil analisis dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel. 4.5**  
**Analisis Linear Berganda**  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant )	21.707	5.891		2.984	.005
Harga	.518	.103	.453	2.818	.007
Promosi	.521	.110	.427	3.628	.001

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas, dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 21.707 + 0.518X_1 + 0.521X_2$$

Model persamaan regresi (*Unstandardized coefficients*) menunjukkan koefisien B yaitu nilai yang menjelaskan bahwa Y (variabel terikat) akan berubah jika X (variabel bebas) diubah 1 unit.

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 21.707 dapat menjelaskan bahwa nilai mutlak pada penjualan sebesar 21.707. Hal ini berarti

ketika variabel penjualan tidak dipengaruhi oleh harga dan promosi ataupun harga dan promosi jumlahnya nol, maka telah terjadi penjualan minimal sebanyak 21,707 juta rupiah.

- 2) Koefisien regresi ( $\beta$ )  $X_1$  sebesar 0.518 memberikan arti bahwa harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap penjualan ( $Y$ ). Hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan 1 satuan harga, maka akan terjadi peningkatan penjualan sebesar 0,518 dan begitupun sebaliknya.
- 3) Koefisien regresi ( $\beta$ )  $X_2$  sebesar 0.521 memberikan arti bahwa promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap penjualan ( $Y$ ). Hal ini menunjukkan bahwa dengan penambahan 1 satuan promosi, maka akan terjadi perubahan peningkatan penjualan sebesar 0.521 dan begitu pun sebaliknya.

### **3. Pengujian Hipotesis**

#### **a. Uji t (Parsial)**

Uji t secara parsial dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh harga ( $X_1$ ), dan promosi ( $X_2$ )

terhadap penjualan (Y) secara individu. Berikut hasil pengujian parsial yang proses penghitungannya dibantu dengan program SPSS:

**Tabel. 4.6**  
**Uji t**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.707	5.891		2.984	.005
1 Harga	.518	.103	.453	2.818	.007
Promosi	.521	.110	.427	3.628	.001

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel  $X_1$  (harga) sebesar 2,818 dengan signifikansi 0.000. Serta  $t_{hitung}$  variabel  $X_2$  sebesar 3,628 dengan signifikansi 0.000. Sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel independen harga memiliki  $t_{hitung}$  sebesar (2,818)  $> t_{tabel}(2,014)$  dengan signifikansi  $0.007 < 0.05$ , hal ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap



penjualan sepeda motor Yamaha NMAX di Dealer Yamaha Putera Motor Cabang Petir Kab. Serang.

2. Variabel independen promosi (X<sub>2</sub>) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $3,628 > t_{tabel}(2,014)$  dengan signifikansi  $0.001 < 0.05$ , hal ini dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh terhadap penjualan sepeda motor Yamaha NMAX di Dealer Yamaha Putera Motor Cabang Petir Kab. Serang

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh harga (X<sub>1</sub>), dan promosi (X<sub>2</sub>) terhadap penjualan (Y) secara bersama-sama, berikut hasil pengujian secara simultan

**Tabel. 4.7**  
**Uji F**  
ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3.6901	2	1.8451	20.049	.000 <sup>a</sup>
Residual	4.1411	45	9.2018		
Total	7.8301	47			

a. Predictors: (Constant), Harga Promosi

b. Dependent Variable: Penjualan

Berdasarkan hasil uji F dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $(20,049 > F_{tabel} (3,20))$  dengan signifikansi sebesar 0.000. maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan harga dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap penjualan **diterima**.

### c. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel model *summary* berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 <sup>a</sup>	.471	.448	30,588

Predictors: (Constant), X.2, X.1

Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas diperoleh nilai Adjusted R Square = 0,448 atau 44,8% ini berarti harga dan promosi mempengaruhi penjualan sepeda motor Yamaha NMAX sebesar 44,8 % dan sisanya 55,2%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **1. Harga Berpengaruh terhadap Penjualan**

Berdasarkan hasil uji t (parsial) variable harga ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap penjualan sepeda motor Yamaha NMAX pada Dealer Yamaha Putera Motor Cabang Petir. Hal ini buktikan dengan nilai Variabel harga ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (2,818)  $>$   $t_{tabel}$ (2,014). Nilai koefisien regresi pada variabel hargabertanda positif, artinya terjadi pengaruh positif/searah antara harga denganpenjualan sepeda motor Yamaha NMAX pada Dealer Yamaha Putera Motor Cabang Petir.Artinya konsumen mempersepsikan bahwa harga yang ditawarkanpada produk sepeda motor Yamaha NMAX terjangkau sehingga konsumen dapat membelinya secara tunai atau kredit sehingga jumlah penjualan sepeda motor Yamaha NMAX akan meningkat.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan olehCharlie Bernando Halomoan Samosir, Arief Bowo

Prayoga K (2014) Penelitiannya menggunakan metode deskriptif dan metode regresi linier sederhana dan hasil penelitiannya adalah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan dan sesuai juga dengan hasil penelitian Kuat Supriyono, Leonardo Budi Hasiolan, Moh Mukery Warso (2014), Arief Akbar (2016) dan Shelly Purnama (2016) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga suatu produk berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan..

Menurut Kotler & Armstrong harga adalah sejumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>2</sup>Sepanjang sejarahnya harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli.Maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan faktor penting bagi konsumen dalam melakukan pembelian sehingga dapat menyebabkan meningkatnya penjualan.

---

<sup>2</sup>Philip Kotler & Armstrong,*Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), p. 345

## 2. Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan

Berdasarkan hasil uji t (parsial) variable promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap penjualan dalam melakukan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX pada Dealer Yamaha Putera Motor Cabang Petir. Hal ini buktikan dengan nilai Variabel promosi ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (3,628)  $>$   $t_{tabel}$ (2,014). Nilai koefisien regresi pada variabel promosi bertanda positif, artinya terjadi pengaruh positif/searah antara promosi dengan penjualan sepeda motor Yamaha NMAX pada Dealer Yamaha Putera Motor Cabang Petir.

Hal ini menandakan bahwa konsumen dalam memutuskan pembeliannya pada produk Yamaha NMAX didasarkan pada manfaat yang diinformasikan melalui berbagai promosi yang diadakan oleh perusahaan, selain itu perusahaan harus lebih meningkatkan program promosi agar kegiatan promosi yang dilakukan lebih efektif. Karena promosi berfungsi untuk mempengaruhi sikap dan kesukaan konsumen dalam memilih produk, serta untuk memotivasi konsumen dalam mengambil tindakan positif melakukan pembelian sehingga tingkat penjualan akan meningkat..

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Penelitian yang dilakukan oleh Charlie Bernando Halomoan Samosir, Arief Bowo Prayoga K (2014) Penelitiannya menggunakan metode deskriptif dan metode regresi linier sederhana dan hasil penelitiannya adalah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan dan sesuai juga dengan hasil penelitian Kwat Supriyono, Leonardo Budi Hasiolan, Moh Mukery Warso (2014), Arief Akbar (2016) dan Shelly Purnama (2016) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan

Menurut Fajar Laksana promosi adalah suatu kegiatan komunikasi yang dapat membentuk kesadaran informasi tertentu, dan selanjutnya memberikan pengaruh untuk melakukan sesuatu yang diharapkan seperti realisasi pembelian, dan membentuk perilaku konsumen yang diharapkan, yaitu pembelian ulang.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), p. 134