

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan produk terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua toko yang sudah terdaftar dan bekerja sama dengan PT. Anugrah Argon Medica Surabaya yang berjumlah 76 toko. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria - kriteria tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 64 toko. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 17.0. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari uji validitas adalah *valid*, uji reliabilitas adalah *reliabel*. Analisa regresi linier berganda didapatkan permodelan yaitu $Y = 0.062 - 0.290 X_1 + 0.348 X_2 + 0.664 X_3$. Uji F didapatkan hasil bahwa Harga (X_1), Promosi (X_2) dan Produk (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Volume Penjualan (Y) di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya. Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa Promosi (X_2) dan Produk (X_3) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Volume Penjualan (Y) di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya, sedangkan Harga (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap Volume Penjualan (Y) di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya.

Keywords: Persepsi Harga, Promosi, Produk, Volume Penjualan

ABSTRACT

This research is intended to know the influence of prices, promotions and products on the sale of herbal family products at PT. Anugrah Argon Medica Surabaya. This study was conducted using a quantitative approach which focuses on hypothesis testing with statistical method analysis tools and resulted in a generalized conclusion. The population used in this research is all stores that are already registered and cooperate with PT. Anugrah Argon Medica Surabaya amounted to 76 stores. The sampling technique used is sampling purposive by using certain criteria. The samples used in this study were 64 stores. The test equipment used is a double linear regression analysis technique with the help of SPSS 17.0 software. From the results of studies that have been done can be concluded that, the outcome of the validity test is valid, the reliability test is reliable. Multiple linear regression analysis obtained by the model $Y = 0062-0290 X1 + 0348 X2 + 0664 X3$. Test F obtained the result that price (X1), promotion (X2) and product (X3) have a simultaneous effect on sales Volume (Y) at PT. Anugrah Argon Medica Surabaya. From the results of the test T can be known that promotion (X2) and product (X3) has been partially positive influence on sales Volume (Y) at PT. Anugrah Argon Medica Surabaya, while Price (X1) has been partially affected Significant and negative response to sales Volume (Y) at PT. Anugrah Argon Medica Surabaya.

Keywords: Price Perception, Promotion, Product, Volume of Sales