

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial dan simulatan motif, harga jual dan citra merek terhadap volume penjualan PT. Keramik Abadi Jaya di wilayah Surabaya, Gresik dan Sidoarjo. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode sampling jenuh. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah motif (X1), Harga Jual (X2), Citra Merek (X3) dan Volume Penjualan (Y). Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan uji-t dan uji-F. Berdasarkan hasil pegujian dinyatakan bahwa motif, harga jual dan citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan PT. Keramik Abadi Jaya. Hasil didapat setelah melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji-t dan diperoleh nilai signifikan $<0,05$. Dimana hasil tersebut menunjukkan terdapat pengaruh signifikan, sehingga hipotesis dan diterima dan terbukti kebenarannya. Sedangkan motif, harga jual dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan PT. Keramik Abadi Jaya. Hasil didapat setelah melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji-F dan diperoleh nilai signifikan $<0,05$. Dimana hasil tersebut menunjukkan terdapat pengaruh signifikan sehingga hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

Kata kunci : Motif , Harga Jual, Citra Merek, Volume Penjualan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of partial and simulatan motives, selling prices and brand image on the sales volume of PT. Keramik Abadi Jaya in the region of Surabaya, Gresik and Sidoarjo. Sampling using a saturated sampling method. The variables used in this study are the motif (X1), Selling Price (X2), Brand Image (X3) and Sales Volume (Y). Data analysis using multiple linear regression analysis with hypothesis testing using t-test and F-test. Based on the results of the test stated that the motive, selling price and brand image partially had a positive and significant effect on the sales volume of PT. Keramik Abadi Jaya. The results obtained after testing the hypothesis using the t-test and obtained a significant value <0.05 . Where these results indicate there is a significant influence, so that the hypothesis and accepted and proven true. While the motive, selling price and brand image simultaneously have a positive and significant effect on the sales volume of PT. Keramik Abadi Jaya. The results obtained after testing the hypothesis using the F-test and obtained a significant value <0.05 . Where these results indicate there is a significant influence so that the hypothesis can be accepted and proven true.

Keywords: Motive, Selling Price, Brand Image, Sales Volume