

**PENGARUH HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN MOTOR HONDA BEAT
(Studi Kasus Pada PT. Tunas Dwipa Matra Tulang Bawang Barat)**

NUR WULANDARI
Email: isazilanda@gmail.com
Universitas Muhammadiyah Metro

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, distribusi dan promosi terhadap volume penjualan motor Honda Beat pada PT. Tunas Dwipa Matra Tulang Bawang Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan objek penelitian adalah harga, distribusi, promosi dan volume penjualan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah laporan mengenai harga produk, biaya promosi dan biaya distribusi di PT. Tunas Dwipa Matra Kabupaten Tulang Bawang Barat tahun 2019-2020. Pengumpulan data teknik dokumentasi. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan secara partial distribusi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap volume penjualan. Secara simultan harga, distribusi dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan angka koefisiensi dan nilai t_{hitung} dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan adalah faktor distribusi.

Kata Kunci: harga, distribusi, promosi, volume penjualan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price, distribution and promotion on the sales volume of Honda Beat motorcycles at PT. Tunas Dwipa Matra Tulang Bawang Barat. The method used in this research is explanatory survey method. This type of research is quantitative research with the research objects are price, distribution, promotion and sales volume. Population and sample in this study are reports on product prices, promotional costs and distribution costs at PT. Tunas Dwipa Matra, Tulang Bawang Barat Regency, 2019-2020. Documentation technique data collection. The analytical tool used is to use data quality analysis and multiple linear regression analysis with the SPSS program. The results showed that partially distribution and promotion had a positive and significant effect on sales volume, while price had no effect on sales volume. Simultaneously price, distribution and promotion simultaneously have a positive and significant effect on sales volume. Based on the coefficient number and the t_{count} value, it can be seen that the factor that most influences the sales volume is the distribution factor.

Keywords: Price, Distribution, Promotion, Sales Volume