

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN
MEREK BONEVA PERIODE 2016-2020
(Studi Kasus di PT.Davincy Airindo Gorontalo)**

SKRIPSI

**OLEH
RAHMATIA MOHAMAD
NIM : 931417061**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Tineke Wolok, S.T, M.M
NIP. 197305232006042002

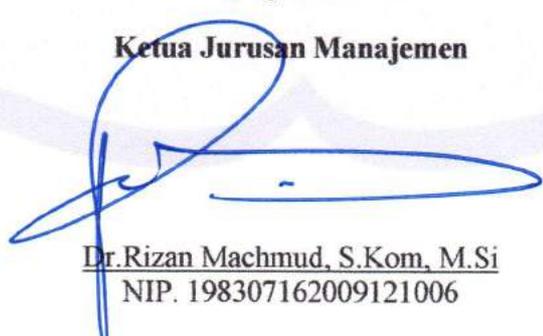
Pembimbing II



Dr. Umin Kango, S.Pd, M.Si
NIP. 197910122005012001

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN
MEREK BONEVA PERIODE 2016-2020
(Studi Kasus di PT.Davincy Airindo Gorontalo)**

SKRIPSI

**OLEH
RAHMATIA MOHAMAD
NIM : 931417061**

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI

Hari/Tanggal : Senin/27 September 2021

Waktu : 13.00 WITA

Penguji:

1. **Srie Isnawaty Pakaya, S.Pd, M.Si**
Nip. 197205142005012001

1.....

2. **Dewi Indrayani Hamin, SE., MM**
Nip. 198103122005012002

2.....

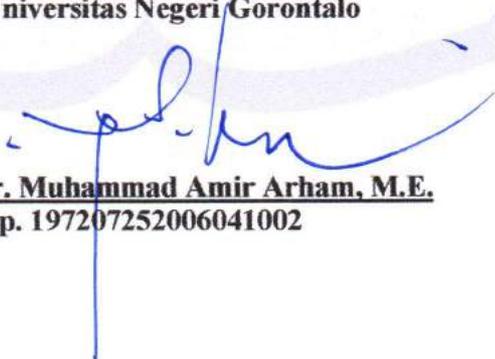
3. **Tineke Wolok, S.T, M.M**
Nip. 197305232006042002

3.....

4. **Dr. Umin Kango, S.Pd, M.Si**
Nip. 197910122005012001

4.....

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo**


Dr. Muhammad Amir Arham, M.E.
Nip. 197207252006041002

ABSTRAK

Rahmatia Mohamad, 931417061. Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Boneva Periode 2016-2020 (Studi Kasus di PT. Davincy Airindo Gorontalo). Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah bimbingan Ibu Tineke Wolok, S.T, M.M selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Umin Kango, S.Pd, M.Si selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Boneva Periode 2016-2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada konsumen produk Boneva. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji determinasi (*Adjusted R Square*), uji t statistic dan uji f statistic dengan menggunakan IBM SPSS 25 *for windows*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan senilai 30,7%, Promosi berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan senilai 45,1%. Kemudian secara simultan Harga dan Promosi berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Boneva Periode 2016-2020 dengan nilai determinan 51.1% dan masih terdapat pengaruh lainnya yaitu 48.9%.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Rahmatia Mohamad, 931417061, The Impact of Price and Promotion on the Sales Volume of Boneva Packaged Drinking Water during 2016 – 2020 (Case Study at PT. Davincy Airindo Gorontalo). Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Tineke Wolok, S.T., M.M. and the co-supervisor is Dr. Umin Kango, S.Pd., M.Si.

The research aims to find out the impact of price and promotion on the sales volume of Boneva packaged drinking water during 2016 – 2020. The research employs a quantitative method where its sources of data are primary data obtained from consumers of Boneva product. The technique of data analysis uses quantitative analysis, which applies determination test (Adjusted R Square), t-test, and f-test using IBM SPSS 25 for windows.

The research findings reveal that the price impacts the sales volume positively for 30.7%, and the promotion impacts the sales volume positively for 45.1%. Meanwhile, simultaneously, the price and promotion impact the sales volume of Boneva packaged drinking water during 2016 – 2020 positively with a determinant value of 51.1%, whereas the rest impacts are 48.9%.

Keywords: Price, Promotion, Sales Volume

