

## ABSTRAK

**Ayu Andira. 2018. PENGARUH PERIKLANAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. KALBE NUTRISIONALS MAKASSAR (Pembimbing oleh Bapak Moh. Aris Pasigai dan Bapak Muh. Nur Rasyid)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh periklanan dan potongan harga terhadap volume penjualan pada PT. Kalbe Nutrisionals Makassar. Analisis data menggunakan persamaan regresi berganda dan uji asumsi klasik. Sampel yang digunakan sebanyak 65 konsumen.

Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner, studi kepustakaan, dan wawancara langsung dengan pihak terkait sesuai tujuan penelitian.

Dari hasil pengujian regresi berganda, data yang menunjukkan periklanan dan potongan harga secara bersama berpengaruh positif dengan melihat nilai uji F yaitu 3,20, dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (409,036 lebih besar dari 3,20) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , sedangkan variable yang lebih berpengaruh terhadap volume penjualan adalah periklanan dengan melihat nilai R Square periklanan  $0,946 = 94,6\%$ , lebih besar dibandingkan nilai R potongan harga sebesar  $0,734 = 73,4\%$ .

Kata kunci : Periklanan, potongan harga dan volume penjualan

## ABSTRACT

**Ayu Andira. 2018.** The Effect Of Advertising And Price Cuts On Sales Volume In PT. Kalbe Nutrisionals Makassar (Advisor by Mr. Moh. Aris Pasigai and Mr. Muh. Nur Rasyid)

This study aims to determine and analyze the influence of advertising and price discounts on sales volume at PT. Kalbe Nutrisionals Makassar. Data analysis uses multiple regression equations and classical assumption tests. The sample used was 65 consumers.

This research data is obtained from questionnaires, literature studies, and direct interviews with related parties according to the research objectives.

From the results of multiple regression testing, data showing advertising and price cuts together have a positive effect by looking at the F test value of 3.20, thus  $F_{\text{count}} > F_{\text{table}}$  (409.036 greater than 3.20) with a significant level of 0.000 < 0.05, while the variable that has more influence on sales volume is advertising by looking at the advertising R Square value of 0.946 = 94.6%, greater than the R value of the discounted price of 0.734 = 73.4%.

Keywords: Advertising, price cuts and sales volume