

ABSTRAK

WARDA AMALIA. 2023, Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Volume Penjualan Makanan dan Minuman pada Warkop Bundu Talasalapang. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dibimbing Oleh Pembimbing I Asdi., dan Pembimbing II Sherry Edelia Natsir Kalla.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Volume Penjualan Makanan dan Minuman pada Warkop Bundu Talasalapang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Warkop Bundu yaitu 985 orang dengan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 91 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, kuesioner, serta dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah Uji Validasi, uji reliabilitas, analisis regresi berganda dan uji parsial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka diharapkan pihak warkop Bundu Talasalapang agar harga yang terjangkau dipertahankan, serta dapat meningkatkan secara terus menerus citra merek yang dimiliki dalam menjaga volume penjualan karena semua variabel independennya yaitu harga dan citra merek pada penelitian ini berpengaruh terhadap volume penjualan.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Volume Penjualan

ABSTRACT

WARDA AMALIA. 2023, *The Effect of Price and Brand Image on Food and Beverage Sales Volume at Warkop Bundu Talasalapang*. The Management Department of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Main supervisor Asdi and Co-Supervisor Sherry Edelia Natsir Kalla.

This study aims to determine the effect of price and brand image on sales volume of food and beverages at Warkop Bundu Talasalapang. The population in this study were Warkop Bundu consumers, namely 985 people with a total sample taken in this study as many as 91 people. The sampling technique uses the slovin formula. This study uses a quantitative method, where the data collection method used is by means of observation, questionnaires, and documentation. The analytical method used is Validation Test, reliability test, multiple regression analysis and partial test. The results of this study indicate that the price variable has a significant effect on sales volume. Brand image has a significant effect on sales volume. Based on the results of this study, it is hoped that warkop Bundu Talasalapang will maintain affordable prices, and be able to continuously improve the brand image they have in maintaining sales volume because all the independent variables, namely price and brand image in this study affect sales volume.

Keywords: Price, Brand Image, Sales Volume

