

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH HARGA JUAL PRODUK PERUSAHAAN, HARGA JUAL PRODUK PESAING DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN JASA INSTALASI LISTRIK PADA PT RAMIFAN JAYA DI BANDARLAMPUNG**

**Oleh**

**Nia Kurniati**

PT Ramifan Jaya merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa instalasi listrik, yang diberikan wewenang oleh Perusahaan Listrik Negara (PLN) untuk memberikan pelayanan pemasangan instalasi listrik di Bandarlampung.

Masalah yang dihadapi oleh PT Ramifan Jaya adalah rencana sasaran yang telah ditetapkan tidak pernah tercapai dan volume penjualan yang cenderung berfluktuatif. Sedangkan mulai tahun 2002 kuartal III hingga tahun 2004 kuartal IV, harga jual produk perusahaan (Tabel 3) mengalami peningkatan dan lebih tinggi jika dibandingkan harga jual produk pesaing lain (Tabel 4), walaupun tahun 2005 sampai tahun 2007 kuartal IV harga jual rata-rata perusahaan cenderung lebih rendah dibandingkan harga jual produk perusahaan pesaing. Dan biaya promosi mempunyai kecenderungan berfluktuatif dari tahun ke tahun (Tabel 5). Permasalahan yang dianalisis adalah apakah rata-rata harga jual produk perusahaan, rata-rata harga jual pesaing, dan biaya promosi mempengaruhi volume penjualan. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui

*Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Lampung*

*Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1 Gedungmeneng Bandar Lampung 35145*

*Telepon/Fax/familie: +62721 773465*

*Email: manajemen@unila.ac.id*

*Website: <http://fe-manajemen.unila.ac.id>*

pengaruh rata-rata harga jual produk perusahaan, rata-rata harga jual produk pesaing, dan biaya promosi terhadap volume penjualan. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa volume penjualan jasa instalasi listrik dipengaruhi secara negatif oleh rata-rata harga jual produk perusahaan, dan secara positif rata-rata harga jual produk pesaing dan biaya promosi.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif regresi linier berganda. Hasil analisis kuantitatif memperlihatkan pengujian secara keseluruhan (Uji-F) bahwa  $F_{hitung} 36,226 >$  dari  $F_{tabel} 3,52$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti secara keseluruhan harga perusahaan, harga pesaing dan biaya promosi mempengaruhi terhadap volume penjualan dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,858 dapat diterima. Pengujian secara parsial variabel bebas terlihat bahwa volume penjualan dipengaruhi secara negatif oleh rata-rata harga jual produk perusahaan dan dipengaruhi secara positif oleh harga jual produk pesaing dan biaya promosi. Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus elastisitas masing-masing variabel bebas dapat diketahui besar pengaruh perubahan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu sebesar -0.53% , 0.28% dan 0.14% untuk masing masing variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$

Saran yang diberikan kepada PT Ramifan Jaya adalah perusahaan perlu melakukan penetrasi harga dan mengefektifkan kegiatan promosi dengan memilih bentuk promosi yang paling tepat.

*Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Lampung*

*Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1 Gedungmeneng Bandar Lampung 35145*

*Telepon/Fax/familie: +62721 773465*

*Email: manajemen@unila.ac.id*

*Website: <http://fe-manajemen.unila.ac.id>*