

ABSTRAK

Peter Pan, 181010211, 2022, Pengaruh Inovasi Produk dan Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Asia Paramita Indah, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Pembimbing II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Asia Paramita Indah, mengetahui pengaruh Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan pada PT. Asia Paramita Indah, mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan pada PT. Asia Paramita Indah.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2020 sebanyak 144 pelanggan. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 106 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Volume Penjualan = 15,830 + 0,381 Inovasi Produk - 0,166 Penetapan Harga + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk memiliki nilai $t_{hitung} (6,721) > t_{tabel} (1,983)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Inovasi Produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Asia Paramita Indah. Hasil analisis menunjukkan Penetapan Harga memiliki nilai $t_{hitung} (3,066) > t_{tabel} (1,983)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Penetapan Harga terhadap Volume Penjualan pada PT. Asia Paramita Indah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk dan Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada PT. Asia Paramita Indah berdasarkan nilai $F_{hitung} (44,106) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi Produk dan Penetapan Harga secara simultan terhadap Volume Penjualan pada PT. Asia Paramita Indah. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,461 artinya variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi Produk dan Penetapan Harga sebesar 46,1% sedangkan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti promosi penjualan, periklanan, kualitas produk, kepuasan konsumen dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Penetapan Harga, Volume Penjualan

ABSTRACT

Peter Pan, 181010211, 2022, Effect of Product Innovation and Pricing on Sales Volume at PT. Asia Paramita Indah, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Supervisor II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of Product Innovation on Sales Volume at PT. Asia Paramita Indah, knowing the effect of Pricing on Sales Volume at PT. Asia Paramita Indah, knowing the effect of Product Innovation and Pricing on Sales Volume at PT. Beautiful Asia Paramita.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all customers who made purchases at the company during the 2020 period as many as 144 customers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 106 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation $\text{Sales Volume} = 15.830 + 0.381 \text{ Product Innovation} - 0.166 \text{ Pricing} + e$.

The results of the research analysis show that Product Innovation has a value of $t_{\text{count}} (6.721) > t_{\text{table}} (1.983)$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Product Innovation on Sales Volume at PT. Beautiful Asia Paramita. The results of the analysis show that Price Fixing has a value of $t_{\text{count}} (3.066) > t_{\text{table}} (1.983)$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant negative effect between Price Fixing on Sales Volume at PT. Beautiful Asia Paramita.

The results showed that Product Innovation and Pricing have a positive and significant effect on Sales Volume at PT. Asia Paramita Indah based on the value of $F_{\text{count}} (44.106) > F_{\text{table}} (3.09)$ with a significance of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that there is a significant effect between Product Innovation and Price Setting simultaneously on Sales Volume at PT. Beautiful Asia Paramita. The results of this study are supported by the value of R Square (R^2) or the coefficient of determination obtained is 0.461, meaning that the Sales Volume variable can be explained by the Product Innovation and Pricing variable of 46.1% while the remaining 53.9% is influenced by other factors originating from from outside this research model such as sales promotion, advertising, product quality, customer satisfaction and various other variables.

Keywords: Product Innovation, Pricing, Sales Volume.