

## **ANALISIS PENGARUH HARGA PRODUK, BIAYA PROMOSI, dan HARGA EKSPOR BATUBARA TERHADAP VOLUME PENJUALAN HYDRAULIC EXCAVATOR PC200-8M0**

*Erika Nabila Imanesti, Winarto<sup>\*</sup>, Noor Suroija*

*Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, Semarang, Indonesia*

### **Abstract**

*The purposes of this research were to analyze the influence of product price, promotion expense, and coal export price on Hydraulic Excavator PC200-8M0 sales volume by simultaneously and also attempt to how many contribution of each variabel. This research used secondary data in the form of time series data monthly, starting from January 2015 until December 2017. Analysis methods of this research is multiple linier regression wich completed with classic assumption test (normality, heteroscedasticity, multicollinearity, autocollinearity and linearity test) and goodness of fit model test (coefficient determination, t test, and F test). The classic assumption test shows that there is no trouble with all of those variables. The result of structural equation is  $Sales\ Volume = 4.707.869.796 - 8,022\ Product\ Price + 86,828\ Promotion\ Expense + 10.454,693\ Coal\ Export\ Price$ . The result of F test shows that there is a simultaneous influence among product price, promotion expense, and coal export price on sales volume of Hydraulic Excavator PC200-8M0 Based on the coefficient determination of adjusted R square, the product price, promotion expense and coal export price given 74,9% influence while 25,1% is explained by other variables outside this research model.*

**Keywords:** *coal export price, promotion expense, product price, sales volume*

## **ANALISIS PENGARUH HARGA PRODUK, BIAYA PROMOSI, dan HARGA EKSPOR BATUBARA TERHADAP VOLUME PENJUALAN *HYDRAULIC EXCAVATOR PC200-8M0***

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga produk, biaya promosi, dan harga ekspor batubara pada volume penjualan *Hydraulic Excavator PC200-8M0* secara simultan dan juga upaya untuk mengetahui berapa banyak kontribusi masing-masing variabel. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data runtun waktu bulanan, mulai dari Januari 2015 hingga Desember 2017. Metode analisis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yang dilengkapi dengan uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, autokolinearitas dan uji linearitas) dan uji *goodness of fit model* (koefisien determinasi, uji t, dan uji F). Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa tidak ada masalah dengan semua variabel tersebut. Hasil persamaan struktural regresi linear berganda adalah Volume Penjualan = 4.707.869.796 - 8,022 Harga Produk + 86.828 Biaya Promosi + 10.454.693 Harga Ekspor Batubara. Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara harga produk, biaya promosi, dan harga ekspor batubara terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator PC200-8M0*. Berdasarkan koefisien determinasi *adjusted R square*, harga produk, biaya promosi dan batubara harga ekspor diberikan 74,9% pengaruh sedangkan 25,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

**Kata Kunci:** harga produk; biaya promosi; harga ekspor batubara; volume penjualan

## Pendahuluan

Peningkatan harga komoditas ekspor batubara bersamaan dengan kenaikan volume ekspor batubara terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu pertumbuhan bisnis pertambangan batubara dan perusahaan penyedia alat pertambangan di Indonesia juga mengalami pertumbuhan penjualan yang cukup pesat. Perusahaan penyedia alat berat salah satunya pada PT.United Tractors, mencatat kenaikan permintaan peralatan untuk tambang seperti misalnya *hydraulic excavator* untuk pengerukan lahan tambang.

PT.United Tractors adalah distributor peralatan berat terbesar dan terkemuka di Indonesia. Sebagai satu-satunya distributor alat berat merek dengan merek Komatsu yang berasal dari Jepang, PT.United Tractors memiliki beberapa produk unggulan yang diperuntukkan untuk pertambangan batubara, salah satunya yaitu *Hydraulic Excavator PC200-8M0*.

Perusahaan senantiasa konsisten dan tetap berkomitmen untuk terus meningkatkan volume penjualan dan kepuasan pelanggan sebagai kunci memenangkan persaingan. Sejak tahun 2015 PT.United Tractors menetapkan beberapa rencana strategis untuk meningkatkan volume penjualan pada kantor cabang di seluruh Indonesia.

Sebagai salah satu cabang terbesar, PT.United Tractors Semarang telah berhasil menjaga stabilitas volume penjualan setiap tahun. Semakin meningkatnya penjualan dari tahun ke tahun membuktikan bahwa PT.United Tractors Semarang mampu menjaga loyalitas pelanggan dan menambah *market share* dengan penetapan harga, pengelolaan biaya pemasaran dan penerapan strategi promosi yang tepat semakin meningkatkan penjualan pada cabang Semarang.

Hingga saat ini PT.United Tractors berusaha mempertahankan eksistensi perusahaan dalam industri alat berat menjadi tantangan yang harus mampu dihadapi ditengah regulasi pengetatan harga oleh pemerintah ditambah lagi terjadinya perang harga yang mewarnai

kompetisi yang turut mempengaruhi penjualan. Dari sisi internal perusahaan dihadapkan pada tantangan *cost reduction programe* guna membangun dan meningkatkan produktivitas dan efektivitas pemasaran.

Penelitian ini menganalisis faktor – faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi volume penjualan pada PT. United Tractors Semarang khususnya produk *Hydraulic Excavator PC200-8M0*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga produk, biaya promosi dan harga ekspor batubara terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator PC200-8M0* secara parsial maupun simultan

## Tinjauan Pustaka

Setiap perusahaan memiliki tujuan akhir yang ingin dicapai yaitu keuntungan dari penjualan atau biasa disebut dengan laba yang diperoleh dengan melalui pemuasan konsumen. Swastha (2008:5) mengungkapkan “volume penjualan adalah banyaknya produk terjual pada kurun waktu tertentu karena adanya kegiatan pemasaran”. Volume penjualan dalam penelitian ini yaitu volume penjualan *Hydraulic Excavator PC200-8M0*. Menurut Basu Swastha (2008:406) faktor faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain kondisi dan kemampuan penjual (harga produk, pembayaran,dll), kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor lain (promosi, kampanye, pemberian hadiah, dll).

Pemasaran sendiri merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba. Definisi pemasaran telah berkembang pesat, Buchari Alma (2013:2) mendefinisikan “pemasaran merupakan suatu proses dalam menentukan permintaan konsumen akan produk dan jasa, promosi penjualan, dan mendistribusikan kepada konsumen akhir dengan keuntungan sebagai imbalannya”.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke konsumen dengan jangkauan yang luas.

Jangkauan tersebut disederhanakan menjadi empat kegiatan utama yang sering disebut dengan bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) atau yang disebut dengan 4P. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Penelitian ini menggunakan tiga bauran promosi antara lain harga, produk, dan promosi. Kaser (2013:64) mengemukakan “harga adalah sejumlah nominal yang harus dibayar konsumen untuk barang maupun jasa yang diterima atau dibeli” sedangkan “produk adalah barang atau jasa yang diciptakan untuk memenuhi permintaan konsumen”. Harga produk dalam penelitian ini adalah harga produk *Hydraulic Excavator PC200-8M0*.

Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menciptakan kesan yang baik dari produk maupun jasa yang ditawarkan (Kaser, 2013:51). Oleh karena itu promosi berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi pelanggan atau calon pelanggan dalam kegiatan penjualan. Dengan adanya aktivitas promosi, maka pelanggan akan mengetahui dan mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan biaya promosi adalah segala pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang dijual kepada konsumen maupun calon konsumen. Biaya promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya promosi yang dikeluarkan untuk mempromosikan produk *Hydraulic Excavator PC200-8M0*.

Selain dari bauran pemasaran, volume penjualan produk *Hydraulic Excavator PC200-8M0* juga dipengaruhi oleh faktor lain yaitu harga ekspor batubara. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 145/PMK.04/2007 tentang ketentuan pabean bidang ekspor maka secara definitif yang dimaksud dengan ekspor adalah “kegiatan mengeluarkan barang dari daerah

pabean”. Batubara sendiri merupakan sedimen organik bahan bakar hidrokarbon padat yang terbentuk dari tumbuh-tumbuhan yang telah mengalami pembusukan secara biokimia, kimia dan fisika dalam kondisi bebas oksigen yang berlangsung pada tekanan serta temperatur tertentu pada kurun waktu yang sangat lama. Hal tersebut dikemukakan oleh PT.Pama Persada sebagai kontraktor pertambangan terbesar di Indonesia yang merupakan anak perusahaan PT.United Tractors sendiri.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga ekspor batubara adalah sejumlah nilai yang penjualan batubara ke negara lain di luar daerah pabean yang dinyatakan dalam satuan uang. Harga ekspor batubara yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga rata-rata ekspor batubara Indonesia ke 41 negara di dunia dalam kurun waktu 3 tahun (2015-2017).

## Metode Penelitian

Penyusunan penelitian menggunakan teknik pengumpulan data observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Seperti yang dikatakan Sugiyono (2014:203), “observasi memiliki ciri yaitu tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek yang lain sehingga observasi berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja dan gejala – gejala. Observasi pada penelitian ini dilakukan untuk menggali informasi mengenai proses bisnis jual beli dan pemasaran pada PT.United Tractors Semarang. Studi pustaka sendiri adalah suatu cara untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan mempelajari literatur dan buku yang berhubungan dengan penelitian ini. Sedangkan dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya– karya dari seseorang. Pengumpulan dokumentasi yang digunakan dalam penelitian berbentuk tulisan dalam bentuk data yang diperoleh dari PT.United Tractors Semarang dan foto yang dikumpulkan oleh penulis.

Pada penelitian ini penulis menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dari objek

penelitian (Zulfikar dan Budiarta, 2015:101). Penulis mendapatkan data sekunder dari PT.United Tractors Semarang dan *Trade Map*. Data deret waktu (*time series*) adalah data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu yang memberikan gambaran perkembangan kegiatan atau suatu keadaan (Supranto dalam Ardy,2017:51). Data penelitian ini berupa data *time series* dari tahun 2015 hingga tahun 2017 yang berupa data volume penjualan, harga produk, biaya promosi dan harga ekspor batubara. Data-data tersebut dilengkapi dengan penelitian terdahulu, jurnal, serta literatur yang mendukung penelitian.

Dalam analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan akan valid digunakan untuk memprediksi suatu masalah. Model regresi linier, khususnya regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik apabila memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Kriteria BLUE dapat dicapai bila memenuhi syarat uji asumsi klasik (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2016:134). Uji asumsi klasik antara lain uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan linearitas.

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data yang yaitu regresi linear berganda. Menurut Lupiyoadi (2015:157) “regresi linear berganda merupakan analisis statistik data yang menghubungkan antara statistik dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen”. Variabel dependen (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah Volume Penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 (Y) sedangkan variabel independen (variabel bebas) yang digunakan yaitu variabel Harga Produk ( $X_1$ ), Biaya Promosi ( $X_2$ ) dan Harga Ekspor Batubara ( $X_3$ ). Secara umum model dari regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y= volume penjualan Hydraulic Excavator PC200-8M0

a= nilai konstanta

b<sub>1,2,3</sub>= koefisien regresi

X<sub>1</sub>= harga produk

X<sub>2</sub>= biaya promosi

X<sub>3</sub>= harga ekspor batubara

e = error

Setelah melakukan analisis regresi linear berganda perlu dilakukan uji kebenaran hipotesis dengan secara parsial dengan uji t dan secara simultan dengan uji F. Selain itu juga perlu diketahui kelayakan suatu model regresi dengan uji kelayakan model (goodness of fit test) untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model regresi menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependennya.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik diketahui bahwa model regresi berdistribusi normal, hal tersebut dibuktikan dengan nilai *Aymp.Sig* lebih besar dari taraf signifikansi. Dari pengujian autokorelasi tidak ditemukan gejala autokorelasi karena nilai DW terletak antara dU dan 4-dU. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui nilai VIF variabel independen lebih dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

Pengujian heteroskedastisitas dengan *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas maupun dibawah 0 pada sumbu Y, mengindikasikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sedangkan meelalui uji glejser diketahui nilai signifikansi ketiga variabel independen lebih besar dari taraf signifikansi sehingga terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Begitu pula dengan uji linearitas, dari hasil pengujian diketahui nilai signifikansi masing-masing variabel kurang dari taraf signifikansi sehingga dapat dikatakan model regresi bersifat linier. Setelah lolos dari seluruh uji asumsi klasik maka data yang ada dapat diuji dengan analisis regresi linier berganda.

### Hasil Regresi

Melalui perhitungan dari SPSS versi 20.0 diketahui bahwa hasil persamaan regresi penelitian adalah sebagai berikut :

$$V_{\text{Penjualan}} = 4.707.869.796,636 - 8,022 X_1 + 86,828 X_2 + 10.454,693 X_3$$

Nilai konstanta (a) sebesar 4.707.869.796,636 artinya tanpa adanya variabel harga produk, biaya promosi dan harga ekspor batubara maka besarnya volume penjualan adalah 4.707.869.796,636 Rupiah.

Nilai koefisien regresi harga produk ( $X_1$ ) sebesar - 8,022 menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga produk sebesar satu Rupiah maka volume penjualan akan mengalami penurunan sebesar 8,022 Rupiah dengan asumsi variabel lain tidak berubah (*ceteris paribus*).

Nilai koefisien regresi biaya promosi ( $X_2$ ) sebesar 86,828 menunjukkan bahwa setiap peningkatan biaya promosi sebesar satu Rupiah maka volume penjualan akan mengalami peningkatan sebesar 86,828 Rupiah dengan asumsi variabel lain tidak berubah (*ceteris paribus*).

Nilai koefisien regresi harga ekspor batubara ( $X_3$ ) sebesar 10.454,693 menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga ekspor batubara sebesar satu Rupiah maka volume penjualan akan mengalami peningkatan sebesar 10.454,693 Rupiah dengan asumsi variabel lain tidak berubah (*ceteris paribus*).

### Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian parsial diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel harga produk sebesar -1,886 kurang dari  $t_{\text{tabel}}$  dengan signifikansi sebesar 0,068, sehingga  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak. Hal tersebut mengungkapkan bahwa harga produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel biaya promosi sebesar 3,082 dengan signifikansi sebesar 0,004, sehingga  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$

diterima. Hal tersebut mengungkapkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0. Hasil pengujian diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel harga ekspor batubara sebesar 5,129 dengan signifikansi sebesar 0,000, sehingga  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Hal tersebut mengungkapkan bahwa harga ekspor batubara berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0.

Berdasarkan hasil uji simultan diketahui signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan nilai  $F_{\text{hitung}}$  yaitu 35,8 lebih besar nilainya dari  $F_{\text{tabel}}$  yang nilainya 2,9. Kedua hasil uji simultan tersebut mengindikasikan bahwa  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang positif dan signifikan antara variabel harga produk, biaya promosi, dan harga ekspor batubara terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0.

### Hasil Koefisien Determinasi

Diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,749. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari harga produk, biaya promosi dan harga ekspor batubara mampu menjelaskan variabel dependen yaitu volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 sebesar 74,9%. Sedangkan sisanya sebesar 25,1% dari volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hasil analisis ini menunjukkan nilai koefisien determinasi yang cukup kuat karena memiliki nilai koefisien determinasi yang mendekati 1.

### Pembahasan

Hipotesis pertama berbunyi harga produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 didasarkan pada nilai koefisien regresi sebesar -8,022 dan nilai signifikansi -1,886 yang berarti tidak signifikan. Hal tersebut sesuai dengan

penelitian terdahulu oleh Amalia (2017) tentang pengaruh harga produk dan biaya promosi terhadap volume penjualan emas pada pegadaian syariah dimana harga produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan emas. Perlu diperhatikan bahwa harga produk bukan berarti tidak mempengaruhi volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0, produk tetap mempengaruhi volume penjualan namun tidak terlihat secara signifikan. Fakta tersebut sesuai dengan hukum permintaan yang dikemukakan oleh Alma (2013:84) yang berbunyi “bila harga produk turun maka jumlah barang yang diminta semakin banyak sedangkan makin tinggi harga maka makin sedikit jumlah barang yang diminta”.

Hipotesis kedua berbunyi biaya promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 didasarkan pada nilai koefisien regresi sebesar 86,828 dan nilai signifikansi 3,082 yang berarti positif dan signifikan. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Amalia (2017) tentang pengaruh harga produk dan biaya promosi terhadap volume penjualan emas pada pegadaian syariah dimana biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan emas. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Alma (2013:2010) yang menyatakan bahwa “dengan teknik dan kombinasi promosi yang tepat akan membantu suksesnya sebuah pemasaran dan berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan perusahaan”.

Hipotesis ketiga berbunyi harga ekspor batubara berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 didasarkan pada nilai koefisien regresi sebesar 10.454,693 dan nilai signifikansi sebesar 5,129 yang berarti positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Indoanalisis (2017) tentang analisis pertumbuhan volume penjualan alat berat di Indonesia dimana harga ekspor

batubara berpengaruh positif terhadap penjualan alat berat.

## Simpulan dan Saran

Berdasarkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,749 yang berarti 74,9% perubahan olume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 pada PT.United Tractors Semarang dijelaskan oleh variabel harga produk, biaya promosi dan harga ekspor batubara. Sedangkan sisanya sebesar 25,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Terdapat pengaruh yang tidak positif dan signifikan antara variabel harga produk terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 dengan koefisien regresi sebesar -8,022 dan nilai signifikansi 0,068. Produk *excavator* tergolong dalam kategori produk industri peralatan ekstra sehingga naik turunnya harga produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel biaya promosi terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 dengan koefisien regresi sebesar 86,828 dan nilai signifikansi 0,004. Terdapat pula pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel harga ekspor batubara terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 dengan koefisien regresi sebesar 10.454,693 dan nilai signifikansi 0,000.

Apabila dilihat dari hasil diatas maka variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 adalah harga ekspor batubara dengan. Variabel independen tersebut berpengaruh secara positif dan signifikan secara simultan maupun parsial. Selain itu biaya promosi juga juga berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0. Dapat disimpulkan bahwa volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 akan lebih meningkat apabila perusahaan dalam hal ini

PT.United Tractors Semarang memperhatikan kedua variabel tersebut terutama variabel harga ekspor batubara.

Untuk meningkatkan volume penjualan *Hydraulic Excavator* PC200-8M0 hal yang perlu dilakukan adalah meningkatkan biaya promosi perusahaan sehingga semakin banyak kegiatan promosi yang dapat dilakukan. Selain itu perusahaan pertambangan batubara harus menjaga kestabilan harga ekspor batubara melalui peningkatan mutu komoditas yang diperjual belikan secara ekspor. PT.United Tractor juga perlu melakukan evaluasi kinerja pemasaran dan penjualan dengan menetapkan target volume penjualan yang lebih tinggi dari sebelumnya. Perusahaan sebaiknya mengenal dan mengamati harga produk pesaing serta metode pemasaran yang digunakan oleh perusahaan pesaing sehingga dapat menjadi referensi dalam penetapan kebijakan pemasaran produk.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang digunakan masih ada yang berpengaruh tidak signifikan yaitu harga produk. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya peneliti menganalisis mengenai variabel-variabel lain yang belum ada dalam penelitian ini. Variabel tersebut seperti biaya distribusi dan harga produk pesaing.

### Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Amalia, Anis Halimah. 2017. Pengaruh Harga Produk dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Emas pada Pegadaian Syariah. BUINS (1) : 42-56 ISSN 2528-1879
- Amalia, Lia. 2007. Ekonomi Internasional. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Armstrong, Gary., Kotler, Philip. 2017. Marketing : An Introduction. Edinburgh : Pearson Education.
- Assauri, Sofjan. 2011. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Divisi Buku Perguruan Tinggi PT. RajaGrafindo Persada
- Assauri, Sofjan. 2012. Strategic Marketing. Jakarta : Divisi Buku Perguruan Tinggi PT. Raja Grafindo Persada
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kaser, Ken. 2013. Advertising and Sales Promotion. South-Western : Cengage Learning
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat., Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 2016. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu., Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu., Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- [www.indoanalysis.go.id/category/otomotif/pertumbuhanindustrialatberatindonesia](http://www.indoanalysis.go.id/category/otomotif/pertumbuhanindustrialatberatindonesia). Diakses pada 7 Juli 2018.