

ABSTRAKSI

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Promosi Kopi Instan Nescafe 3 In 1 Terhadap Volume Penjualan Pada PT Nestle Region 8-A Semarang.

Nama : Sri Bimo Ario Tejo

NIM : D2D301223

PT. Nestle Region 8-A Semarang adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. PT. Nestle Region 8-A Semarang merupakan bagian dari Regional 8 dimana dalam Region ini meliputi Region 8-A menangani area Jateng sedangkan Regional 8-B menangani area DIY. Salah satu produk yang dimiliki oleh PT. Nestle adalah kopi instan Nescafe 3 In 1 yang merupakan produk unggulan yang dipasarkan kepada masyarakat.

Permasalahan yang terjadi pada tahun 2003 sampai dengan tahun 2007 adalah volume penjualan kopi instant Nescafe 3 in 1 mengalami fluktuasi, dimana hal tersebut kurang sesuai dengan harapan dari PT. Nestle Region 8-A Semarang yang menginginkan volume penjualan naik setiap tahunnya. Dari permasalahan tersebut, variabel yang diduga berpengaruh terhadap volume penjualan adalah harga dan promosi.

Data yang digunakan adalah data dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2007, adapun tipe penelitian yang digunakan adalah Explanatory Research yang menerangkan tentang hubungan antar variabel dengan ruang lingkup 16 Kecamatan di kota Semarang. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang dikumpulkan dari PT Nestle Region 8-A Semarang, PT Lima Sempurna Makmur selaku distributor, dan PT EURO RSCG selaku agency yang ditunjuk langsung oleh PT. Nestle Indonesia untuk menangani kegiatan promo and selling di wilayah region 8-A Semarang. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan regresi berganda.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap volume penjualan, sedangkan promosi berpengaruh terhadap volume penjualan sebesar 58,1 %. Secara bersama-sama harga dan promosi berpengaruh sebesar 58,7 % terhadap volume penjualan.

Penulis menyarankan agar memperbanyak kegiatan promosi seperti *sales promotion* dan menambah intensitas iklan di media massa khususnya yang memiliki efek yang besar seperti media televisi, surat kabar dan majalah. Serta kebijakan penetapan harga pada produk Nescafe 3in1 yang telah dilaksanakan hendaknya tetap dipertahankan .