

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
RUMAH MAKAN SUDIRMAN PERUMNAS 1 BEKASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Rizky Maulana Julian

NPM: 41183402190077



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI

FAKULTAS EKONOMI

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
RUMAH MAKAN SUDIRMAN PERUMNAS 1 BEKASI**

Tanggal : 19 Juli 2024

Oleh :

Rizky Maulana Julian

NPM: 41183402190077

Disetujui,
Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
RUMAH MAKAN PERUMNAS 1 BEKASI**

Tanggal : 26 Juli 2024

Oleh:

Rizky Maulana Julian

NPM: 41183402190077

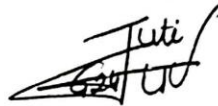
Diuji oleh

Penguji I



Rinda Siaga Pangestuti, S.E, M.S.M.

Penguji II



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

Disetujui,
Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Maulana Julian
NPM : 41183402190077
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
E-mail : rizkymj28@gmail.com
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Harga, Promosi dan *Customer Relationship Management* terhadap Volume Penjualan pada Rumah Makan Sudirman Perumnas 1 Bekasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera di daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme atau apa pun yang terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebaik-baiknya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya pemaksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 26 Juli 2024

y

756ALX320972661
Rizky Maulana Julian

ABSTRAK

Rizky Maulana Julian (41183402190077)

Pengaruh Harga, Promosi dan *Customer Relationship Management* terhadap Volume Penjualan pada Rumah Makan Sudirman Perumnas 1 Bekasi.

xiv + 115 Halaman + 29 Tabel + 2 Grafik + 1 Diagram + 2024 + 16 Lampiran

Kata Kunci : Harga, Promosi, *Customer Relationship Management* dan Volume Penjualan

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi dan *Customer Relationship Management* terhadap Volume Penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif, dengan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi pada penelitian ini seluruh konsumen Rumah Makan Sudirman yang pernah melakukan pembelian dengan sampel sebanyak 100 konsumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form*. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan regresi berganda dengan program IBM SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan harga, promosi dan *customer relationship managemenet* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan dengan nilai R^2 sebesar 36,5% sedangkan sisanya 63,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan lainnya. Secara parsial promosi dan *customer relationship managament* berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada Rumah Makan Sudirman Perumnas 1 Bekasi. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan Rumah Makan Sudirman Perumnas 1 Bekasi.

Daftar Pustaka : 30 (2002-2022)

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamualaikum wr. wb

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi dan *Customer Relationship Management* terhadap Volume Penjualan Volume Penjualan pada Rumah Makan Sudirman Perumnas 1 Bekasi”. Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Univeritas Islam 45 Bekasi.

Penulis menyadari banyak kendala dan ritangan dalam penyelesaian skripsi ini. Tetapi berkat bimbingan, dukungan, motivasi, saran dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, untuk itu saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M. selaku pembimbing yang dengan sabar dan bersemangat memberikan bimbingan, arahan, masukan dan perhatian sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Luthipyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E, M.S.M. dan Tuti Sulastri, Dra., M.M. selaku dosen penguji yang sudah memberikan masukan dan saran yang diajukan dalam sidang skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan bekal ilmu yang lebih baik dan telah membantu selama proses perkuliahan.
6. Bapak Amrizal selaku pemilik Rumah Makan Sudirman dan Fikri Muharamri, A.Md selaku anak dari pemilik yang telah memberikan izin untuk melakukan

penelitian, serta memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

7. Kedua orang tua tercinta Ibu Auriyah dan Bapak Basuki serta kaka kandung Bayu Kurnia, A.Md.T. dan Arni Auriyani, A.Md.B.Ing. terima kasih untuk kasih sayang, doa dan dukungan sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan studi ini dengan baik.
8. Sahabat Unisma Bekasi yang menjadi sahabat terbaik selama kuliah terima kasih atas dukungan, doa, kebersamaan dan telah menjadi teman seperjuangan.
9. Sahabat saya Syihabuddin Ali, S.H., Raditya Revee Nugraha, S.M., Aldy Azzhari Kayyas, Sultan Sukma Putra Wijaya, Akbar Nur Alam, Winda Pramestia, Aminnullah Nur Hakim yang senantiasa membantu dan memberikan semangat bagi penulis dalam proses pembuatan skripsi.
10. Semua pihak terlibat yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal sampai selesainya penyusunan skripsi namun tidak mengurangi rasa hormat penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan perlu pengembangan serta kajian lebih lanjut. Untuk itu penulis dengan rasa senang hati menerima kritik dan saran yang tujuannya untuk membangun dan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis memohon kepada Allah Swt. agar seluruh dukungan, bantuan dan bimbingan dari semua pihak dibalas oleh Allah Swt. dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah ilmu bagi para pembacanya. Aamiin

Wassalamualaikum wr.wb

Bekasi, 26 Juli 2024
Yang menyatakan

Rizky Maulana Julian
NPM :
41183402190077

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR DIAGRAM DAN GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4 Ruang Lingkup atau Batasan Masalah.....	11
1.5 Sistematika Pelaporan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Volume Penjualan.....	13
2.1.1 Pengertian Volume Penjualan	13
2.1.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Volume Penjualan	14
2.1.3 Indikator Volume Penjualan.....	14
2.2 Harga	14
2.2.1 Pengertian Harga.....	14
2.2.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Harga	15
2.2.3 Indikator Harga	16
2.3 Promosi	16
2.3.1 Pengertian Promosi	16
2.3.2 Tujuan Promosi.....	17
2.3.3 Indikator Promosi.....	17
2.4 <i>Customer Relationship Management</i>	18

2.4.1	Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	18
2.4.2	Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	19
2.5	Penelitian Terhadulu.....	20
2.6	Kerangka Pemikiran.....	25
2.7	Hipotesis Penelitian.....	26
2.7.1	Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan	26
2.7.2	Pengaruh Promosi terhadap Volume Penjualan	26
2.7.3	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Volume Penjualan..	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Metode Penelitian.....	28
3.1.1	Desain Penelitian.....	28
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.4	Jenis dan Sumber Data	30
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6	Instrumen Penelitian.....	31
3.7	Teknik Analisis Data	34
3.7.1	Uji Kualitas Data.....	34
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.3	Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Hasil Penelitian	40
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	40
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	40
4.1.2.1	Visi Perusahaan.....	40
4.1.2.2	Misi Perusahaan	40
Misi dari Rumah Makan Sudirman adalah sebagai berikut:		40

4.1.3	Karakteristik Responden.....	40
4.1.4	Jenis Kelamin.....	41
4.1.5	Usia	42
4.1.6	Pekerjaan.....	42
4.1.7	Tempat Tinggal	43
4.1.8	Deskripsi Variabel Penelitian.....	43
4.1.8.1	Deskripsi Data Variabel Volume Penjualan (Y).....	43
4.1.8.2	Deskripsi Data Variabel Harga (X_1).....	45
4.1.8.3	Deskripsi Data Variabel Promosi (X_2)	47
4.1.8.4	Deskripsi Data Variabel Promosi (X_3)	50
4.1.9	Hasil Uji Kualitas Data	52
4.1.9.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Volume Penjualan.....	52
4.1.9.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X_1)	53
4.1.9.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi	54
4.1.9.4	Hasil Uji Validitas Instrumen CRM.....	54
4.1.9.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	55
4.1.10	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
4.1.10.1	Uji Normalitas.....	56
4.1.10.2	Uji Multikolinieritas.....	58
4.1.10.3	Uji Heteroskedastisitas	59
4.1.11	Hasil Uji Hipotesis	61
4.1.11.1	Hasil Uji t.....	61
4.1.11.2	Hasil Uji F.....	64
4.1.11.3	Hasil Koefisien Determinan.....	65
4.2	Pembahasan.....	66
4.2.1	Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan	67
4.2.2	Pengaruh Promosi terhadap Volume Penjualan	67
4.2.3	Pengaruh CRM terhadap Volume Penjualan.....	67
4.3	Kelemahan Penelitian.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		69

5.1	Simpulan	69
5.2	Saran	70
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kompetitor Pesaing RM Sudirman lingkup Perumnas 1 Bekasi.....	2
Tabel 1.2 Data Pedapatan R.M Sudirman November 2022 – Oktober 2023	3
Tabel 1.3 Hasil Pra-Survei Variabel Volume Penjualan.....	5
Tabel 1.4 Hasil Pra-Survei Variabel Harga.....	5
Tabel 1.5 Data Daftar Harga Pesaing RM Sudirman Perumnas 1 Bekasi	6
Tabel 1.6 Hasil Pra-Survei Variabel Promosi	7
Tabel 1.7 Hasil Pra-Survei Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Penelitian Skala likert.....	31
Tabel 4. 1 Jumlah Sampel dan Tingkat Pengisian Kuesioner	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdsarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	43
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Volume Penjualan (Y)	44
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Harga (X ₁).....	46
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Promosi (X ₂)	47
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X ₃).....	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Volume Penjualan (Y).....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X ₁)	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X ₂).....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel CRM (X ₃).....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	55
Tabel 4. 15 One-Sample Klomogorov-Smirnov Test	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolineritas	59
Tabel 4. 17 Uji Glejser	61
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	62
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Kd)	65

DAFTAR DIAGRAM DAN GRAFIK

Diagram

Diagram 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	25
--------------------------------------	----

Grafik

Grafik 4. 1 <i>Normal Probability Plot</i>	57
Grafik 4. 2 <i>Grafik Scatterplot</i>	60

FILE-SKRIPSI-RIZKY-MAULANA-JULIAN-1-.docx

ORIGINALITY REPORT

32%

SIMILARITY INDEX

28%

INTERNET SOURCES

22%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 repository.uinjkt.ac.id **6%**
Internet Source

2 eprints.iain-surakarta.ac.id **4%**
Internet Source

3 repositori.uin-alauddin.ac.id **2%**
Internet Source

4 repository.ub.ac.id **2%**
Internet Source