

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA JUAL TERHADAP
PENJUALAN PRODUK HERBAL HNI HPAI PADA BUSINESS
CENTER 8 HPAI CABANG PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

ASMIRA

NIM 16.01.11.0046

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2020

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ASMIRA
Nomor Pokok/NiRM : 160.111.0046
Jurusan /Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGARUH PROMOSI DAN HARGA JUAL
TERHADAP PENJUALAN PRODUK HERBAL HNI
HPAI PADA BUSINESS CENTER 8 HPAI CABANG
PALEMBANG**

Pembimbing Skripsi

Tanggal 22 - Oktober - 2020 Pembimbing 1 : **Hj. Nina Fitriana, SE,M.Si**
NIDN : 0012116501

Tanggal 22 Oktober 2020 Pembimbing II : **Dwi Riana, SE,M.AB**
NIDN : 0220109001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

308 / PS / DFE / 20

Dr. Msy. Mikial, SE,M.Si,Ak,CA,CSRS
NIDN : 0205026401

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asmira
NPM : 1601110046
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH PROMOSI DAN HARGA JUAL TERHADAP
PENJUALAN PRODUK HERBAL HNI HPAI PADA BUSINESS
CENTER 8 HPAI CABANG PALEMBANG

Menyatakan Bahwa skripsi ini telah di tulis dengan sungguh-sungguh dan tidak

Ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain .

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya

Sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan konsekuensinya.

Palembang , September 2020



Asmira

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan Hanya Kepada Allah Hendaknya Kamu Berharap. QS.AL.INSYIRAH:8”

**“TETAPLAH BERJUANG SEMAMPUMU DAN JANGAN BERHENTI
BERHARAP LALU TETAPLAH BERSEMANGAT UNTUK
MENJALANKAN KESUKSESANMU ” (ASMIRA)**

“Dan Tidak Ada Kesuksesan Melainkan Atas (pertolongan) Allah.

QS.Huud:88”

Kupersembahkan kepada :

- *Ayah dan Ibuku tercinta yang senantiasa mendoakanku.*
- *Saudara-saudaraku yang tercinta yang mengharapkan keberhasilanku.*
- *Kekasihku Tersayang*
- *Sahabat-sahabatku tercinta*
- *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah swt yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Tak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Baginda Rasulullah ‘Alaihi Wa Sallam beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusun skripsi ini dilakukan guna memenuhi tugas dan syarat-syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata 1 (S1) dalam Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Di Universitas Tridianti Palembang. Adapun judul skripsi ini adalah : **“PENGARUH PROMOSI DAN HARGA JUAL TERHADAP PENJUALAN PRODUK HERBAL HNI HPAI PADA BUSINESS CENTER 8 HPAI CABANG PALEMBANG”**. Dalam penyusunan skripsi ini juga penulis mendapatkan banyak bimbingan, dorongan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, perkenankan Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE. M.Si.Ak.CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama masa studi.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

4. Ibu Hj. Nina Fitriana, SE., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan serta saran dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB. Selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan bimbingan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/ibu Dosen dan Staf Universitas Tridianti Palembang yang telah banyak memberikan masukan ilmu serta informasi-informasi penting yang berguna bagi penulis dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2016 yang tak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan dukungan dan informasinya.
8. Semua pihak terkait yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya. Lebih dan kurangnya mohon maaf, kepada Allah SWT mohon ampun. Sekian dan terima kasih wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Palembang, Oktober 2020

Asmira

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN PLAGIAT	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
RIWAYAT HIDUP	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2. Kajian Teoritis	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Fungsi Pemasaran	10
2.3 Jenis-jenis Pemasaran	11
2.4 Bauran Pemasaran	12
2.5 Pengertian Promosi	13
2.5.1 Tujuan Promosi	14
2.5.2 Bauran Promosi	15

2.5.3 Faktor yang mempengaruhi bauran promosi.....	17
2.5.4 Strategi Bauran Promosi	20
2.5.5 Indikator Bauran Promosi	20
2.6 Pengertian Harga Jual	21
2.6.1 Tujuan Menentukan Harga.....	22
2.6.2 Strategi Penentuan Harga Jual	23
2.6.3 Sasaran Penetapan Harga Jual.....	25
2.6.4 Indikator Harga Jual.....	27
2.6.5 Faktor yang mempengaruhi penetapan harga	28
2.7 Pengertian Penjualan	29
2.7.1 Tujuan Penjualan.....	30
2.7.2 Jenis-jenis Penjualan	30
2.7.3 Indikator Penjualan	32
2.7.4 Faktor yang mempengaruhi penjualan	32
2.8 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	35
2.9 Kerangka Berfikir.....	37
2.10 Hipotesis.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.1.1 Tempat Penelitian.....	39
3.1.2 Waktu Penelitian	39
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.2 Sumber Data	40
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.3 Populasi, Sampel dan sampling.....	41
3.3.2 Populasi.....	41
3.3.3 Sampel.....	42
3.3.4 Sampling	42
3.4 Rancangan Penelitian.....	43
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	44

3.5.1 Variabel.....	44
3.5.2 Definisi Operasional.....	45
3.6 Instrumen penelitian.....	47
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Metode Analisis Data.....	49
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	51
3.7.4 Uji Koefisien Secara Bersama-sama (uji F).....	52
3.7.5 Uji Koefisien secara persial (uji t)	53
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.2 Pembahasan.....	70
4.3 Hasil Analisis Data.....	72
4.3.1 Uji Validitas	72
4.3.2 Uji Realibilitas	76
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.4.1 Uji Korelasi dan Determinasi.....	79
4.5 Uji Hipotesis Penelitian.....	80
4.5.1 Uji Simultan (Uji F)	80
4.5.2 Uji Parsial (Uji T)	81
4.6 Analisis Hubungan Antar Variabel	83
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	86
4.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel & Indikator	45
Tabel 3.3 Skala Ordinal.....	47
Tabel 3.4 Penafsiran Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4.1 Nama produk HNI HPAI	67
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan umur.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	71
Tabel 4.4 karakteristik Responden berdasarkan pendidikan.....	72
Tabel 4.5 hasil uji validitas promosi (x1)	73
Tabel 4.6 hasil uji validitas harga jual (x2)	74
Tabel 4.7 hasil validitas penjualan (y)	75
Tabel 4.8 hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.9 hasil Uji Linier Berganda	77
Tabel 4.10 hasil uji Korelasi dan Determinasi	79
Tabel 4.11 hasil uji F.....	80
Tabel 4.12 hasil uji T	81

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	56

ABSTRAK

Asmira, “PENGARUH PROMOSI DAN HARGA JUAL TERHADAP PENJUALAN PRODUK HERBAL HNI HPAI PADA BUSINESS CENTER 8 HPAI CABANG PALEMBANG”. (Di bawah bimbingan Ibu Hj. Nina Fitriana, SE,M.Si Dan Ibu Dwi Riana, SE.M.AB)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi dan harga jual terhadap penjualan produk herbal hni hpai pada Business Center 8 hpai cabang Palembang. Populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang pembeli . teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program computer Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 17.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi dan harga jual terhadap penjualan produk herbal hni hpai pada business center 8 hpai cabang Palembang. Dengan signifikan F sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$. Persamaan regresi linier berganda $Y = 10,251 - 0,446X_1 + 0,631X_2$. Terdapat pengaruh antara promosi dan harga jual terhadap penjualan produk herbal hni hpai dengan nilai Signifikan sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$. Terdapat pengaruh antara promosi terhadap penjualan produk herbal hni hpai dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < \alpha (0,05)$. Terdapat pengaruh antara harga jual terhadap penjualan produk herbal hni hpai dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$.

Kata kunci : Penjualan, Harga Jual Dan Promosi

RIWAYAT HIDUP

Asmira, dilahirkan di Lubuk Lancang pada tanggal 03 April 1999 dari Ayah Harsono dan Ibu Hamna Ia anak ke lima dari lima bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2010 di SDN2 LUBUK LANCANG, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2013 di SMPN 2 BETUNG dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2016 di SMKN 1 SUAK TAPEH. Pada tahun 2016 ia memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 2020

Asmira

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecenderungan masyarakat dunia untuk kembali ke alam membawa perubahan pola konsumsi obat yang terbuat dari bahan alam. Dalam merawat kesehatannya masyarakat dunia banyak yang memanfaatkan obat tradisional yang berasal dari ekstrak tumbuhan (herbal). Meningkatnya kebutuhan produk herbal akan di latar belakang oleh perubahan lingkungan, pola hidup manusia, dan perkembangan pola penyakit. Banyak yang meyakini bahwa produk herbal ini tidak memberikan dampak yang negative pada kesehatan karena tidak mengandung bahan kimia. Peningkatan permintaan obat herbal khususnya di Indonesia menjadi sebuah peluang bisnis yang menjanjikan dalam mengembangkan industri pengelolannya sehingga banyak produsen obat herbal yang bermunculan.

Semakin meningkat produsen obat herbal menimbulkan persaingan ketat dalam industri ini. Perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, memperluas pemasaran dan berinovasi guna mempertahankan dan menguasai pasar dengan menggunakan produk yang telah dihasilkan demi kelangsungan hidup perusahaan.

Penjualan sangat penting bagi perusahaan, sebab nilai keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari aktivitas penjualan menjadi sumber yang

membentuk nilai keseluruhan perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan tambahan modal untuk melakukan berbagai macam kegiatan perusahaan untuk beroperasi dan mengembangkan usahanya. Perusahaan harus memastikan bahwa produk yang dijual mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh para calon pelanggan. Untuk meningkatkan penjualan perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhinya.

Faktor yang mempengaruhi terhadap penjualan Menurut Basu Swastha (2010) agar penjualan bisa mencapai target maksimal yaitu kondisi dan kemampuan penjual dalam meyakinkan para pembelinya. Penjual harus memahami jenis karakteristik produk yang ditawarkan dengan harga yang sesuai dengan kualitas produknya tersebut. Kondisi pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan faktor ini yang harus diperhatikan yaitu jenis pasar kelompok pembeli, segmen pasar, daya beli, frekuensi pembelian, keinginan, dan kebutuhan masyarakat sehingga bisa menghasilkan pemasukan yang maksimal.

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan untuk kegiatan operasional perusahaan tetap berjalan dengan baik. Untuk memastikan dalam kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu kegiatan pemasaran yang dilakukan ini menggunakan Multi Level Marketing adalah bentuk penjualan langsung yang melibatkan banyak orang di mana perusahaan merekrut dan menjual produk-produknya.

Multi Level Marketing juga disebut network marketing karena tenaga penjualan mendapatkan komisi dari produk yang mereka jual serta komisi penjualan dari jaringannya. Salah satu perusahaan yang menggunakan sistem Multi Level Marketing yaitu HNI (Herbal Network Internasional) dikembangkan dengan sistem halal network berbasis syariah, jenjang bonus, dan pangkat diatur secara jelas, setiap agen mempunyai kesempatan untuk berkembang sama-sama karena pada dasarnya HPAI (Herba Penawar Alwahida Indonesia) yang kemudian dikenal sebagai HNI HPAI merupakan salah satu perusahaan bisnis Halal Network di Indonesia yang berfokus pada produk-produk herbal, HNI HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan Thibbunnabawi, serta dalam rangka membumikan, memajukan dan mengaktualisasikan ekonomi islam di Indonesia melalui entrepreneurship, dan Herbal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia berkerja sama dengan para anggota member dan biasanya melakukan promosi kepada masyarakat agar masyarakat tahu apa saja produk dari Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) tersebut, dan keunggulan dari produk ini Herbal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI-HPAI) menjual produk-produk yang dijamin 100% halal karena semua produk-produk Herba Penawar Alwahida Indonesia diawasi langsung oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dan kepahaman tentang kehalalan produk. Herbal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI) memiliki Success Plan yang Adil dan Menguntungkan sesuai Syariah islam. Bisnis di Halal Network Herba Penawar Alwahida Indonesia dapat diwariskan selama perusahaan

masih berdiri. Herbal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia adalah bisnis yang memberikan peluang Keuntungan di dunia dan juga di akhirat, Herbal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia memberikan keterampilan pada bidang kesehatan Thibbun Nabawi yang bermanfaat untuk diri sendiri, keluarga, dan masyarakat. Bisnis di Halal Network HPAI didukung oleh kekuatan manajemen dalam online sistem sehingga memastikan akuntabilitas dan aksesibilitas bagi setiap agen dan leader yang berbasis di HPAI. Herbal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia dimiliki 100% muslim yang komitmen pada nilai-nilai kemuliaan islam, Herba Penawar Alwahida Indonesia didirikan, dibangun, dan dikelola oleh insan professional muslim Indonesia. Herbal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia hanya memproduksi, menyediakan, memasarkan, dan mendistribusikan produk-produk yang berkualitas berdasarkan azas alamiah, ilmiah dan ilahiah. Herbal Network Internasional Herba Penawar Alwahida Indonesia memiliki sejumlah Business Center (BC) dan Agenstok dalam jalur pendistribusian produk tersebar di hampir seluruh provinsi indonesia, bahkan juga di beberapa Negara, dan jumlah agen HPAI yang terus tumbuh berkembang dan bagi yang mau bergabung menjadi agen adalah memperoleh potongan harga produk karena harga produknya relative sedikit mahal bila dibandingkan dengan produk yang umum dikonsumsi masyarakat, memang banyak masyarakat yang mengelukan harga produk HNI HPAI tersebut lebih mahal dan sulit dijangkau oleh mereka yang tingkat penghasilan menengah kebawah, tetapi banyak pula mereka yang diuntungkan oleh produk HPAI karena manfaat serta Khasiatnya.

Beberapa konsumen mengetahui produk Herba Penawar Alwahida Indonesia dari rekan-rekannya atau dapat dikatakan promosi dengan cara mulut ke mulut dan banyak konsumen merasa bahwa promosi yang dilakukan oleh Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) masih kurang menyentuh masyarakat terutama masyarakat desa, sehingga mengharapkan (Herba Penawar Alwahida Indonesia) HPAI bisa lebih meramban ke masyarakat lagi dan juga produknya tak hanya dijual di toko toko tertentu yang tidak mudah ditemui masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner BC 8 HNI HPAI Palembang, bahwa penjualan produk HNI HPAI di Palembang mengalami peningkatan yang signifikan dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk meningkatkan kesehatan masyarakat dengan produk-produk obat herbal dan suplemen yang berkualitas serta aman dikonsumsi.

Produk herbal HNI HPAI dapat berfungsi sebagai obat dan suplemen, produk herbal dapat menjadi perantara kesembuhan pasien dalam dosis yang tepat, dan dapat membantu menjaga dan meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat dengan cara mengkonsumsi secara teratur.

Berdasarkan hal inilah penulis tertarik mencari tahu dan ingin meneliti serta mengulas lebih dalam adakah pengaruh yang ditimbulkan dari Promosi dan harga jual terhadap penjualan produk herbal HNI HPAI, seberapa besar pengaruh tersebut berpengaruh terhadap penjualan produk herbal HNI HPAI tersebut.

Berdasarkan penelitian Rami Syah Putri (2015), dengan judul pengaruh promosi penjualan dalam meningkatkan penjualan mobil mitshubishi pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekan Baru. Menunjukkan bahwa promosi

penjualan berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan mobil Mitshubishi. Sedangkan berdasarkan penelitian Heriyanto (2018) dengan judul pengaruh promosi penjualan pakaian terhadap minat pembeli di toko Zoya Palembang ternyata hasil yang diteliti menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli pada toko Zoya Palembang. Tetapi berdasarkan penelitian Redo Ikwal jannah (2017) dengan judul pengaruh promosi terhadap penjualan tiket online pada *Sist Fast Tour and Travel* (PT. Ripirsi Lukman Familintravela) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara simultan terhadap penjualan. Berdasarkan penelitian Imam Jaelani (2016) dengan judul pengaruh biaya promosi, harga jual terhadap volume penjualan di (*Mitsubishi Colt diesel FE74HDV*) menunjukkan bahwa harga jual tidak berpengaruh signifikan negative terhadap volume penjualan, Karena adanya perbedaan pendapat, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Promosi Dan Harga Jual Terhadap Penjualan Produk Herbal HNI HPAI Pada Business Center 8 HPAI Cabang Palembang”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan yang akan dilakukan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah promosi dan harga jual berpengaruh secara simultan terhadap penjualan produk herbal HNI HPAI di Business Center 8 HPAI Cabang Palembang?

2. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap penjualan produk herbal HNI HPAI di Business Center 8 HPAI Cabang Palembang?
3. Apakah harga jual berpengaruh secara parsial terhadap penjualan produk herbal HNI HPAI di Business Center 8 HPAI Cabang Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan permasalahan diatas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi dan harga jual terhadap penjualan produk herbal di Business Center 8 HPAI Cabang Palembang.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi terhadap penjualan produk herbal di Business Center 8 HPAI Cabang Palembang.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga jual terhadap penjualan produk herbal di Business Center 8 HPAI Cabang Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang sama-sama kita harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan, ilmu dan pengetahuan tentang pemasaran khususnya yang berhubungan dengan

masalah pengaruh promosi dan harga jual terhadap penjualan produk herbal HNI HPAI.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan informasi baru berupa kritik dan saran bagi Business Center 8 HNI HPAI Cabang Palembang mengenai pengaruh promosi dan harga jual terhadap penjualan produk herbal HNI HPAI.

3. Bagi universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dapat digunakan sebagai dasar pemikiran bagi penelitian-penelitian selanjutnya, serta menambah literature pada perpustakaan sehingga dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya & Efendi, 2015, *prinsip-prinsip pemasaran pengenalan plus tren terkini tentang pemasaran global, pemasaran jasa, green marketing, entrepreneurial marketing*, Lembaga Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Azwar, Saifuddin, 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Buku paduan sukses hpai
- Basu Swastha, 2014. *manajemen penjualan*, Cetakan Kedelapan, Edisi Ketiga, Lembaga Penerbit BPFE: Yogyakarta.
- Darmadi Didik, 2013. "*pengaruh promosi penjualan terhadap penjualan (studi kasus PT. Astra Internasional Tbk-TSO cabang Soetoyo Malang)*". Jurnal adminitrasi bisnis, Fakultas Ilmu adminitrasi Universitas Brawijaya:Malang.
- Duwi Priyatno, 2010. *Teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian dengan SPSS dan Tanya jawab ujian pendadaran*. Gaya media, Yogyakarta.
- Fakultas Ekonomi, 2014, *Buku Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir* Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti: Palembang.
- Kotler, dan keller, 2016. *Marketing manajemen*, 15th Edition, Person Education, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gery. 2014. *Prinsip-prinsip manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Putu agus samara jaya, 2015, "*pengaruh biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan dupa pada putra mas di desa bulian tahun 2010-2014*". Jurnal jurusan pendidikan ekonomi, universitas pendidikan ganesha singaraja: Indonesia.
- Rambat Lupiyoadi, 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cetakan Keempat, Edisi 3, Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, Cetakan Ke-6, Penerbit Alfabeta: Bandung.

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, CV.Alfabeta: Bandung.

Tomi, 2017, "*pengaruh promosi dan harga terhadap penjualan kemplang cek dea kertapati Palembang*". Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti: Palembang.