

**ABSTRAK**

**PENGARUH PENENTUAN HARGA JUAL  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN**

**STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN KONVEKSI LIDYA MAGELANG**

**Fransisca Niken Diah Puspitosari**

**NIM: 982114086**

**Universitas Sanata Dharma**

**Yogyakarta**

**2004**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Penentuan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *variable costing*. 2) Hubungan antara harga jual dengan volume penjualan. 3) Pengaruh harga jual terhadap volume penjualan. Jenis penelitian adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan membandingkan penentuan harga jual perusahaan dengan penentuan harga jual menurut metode *variabel costing*, menghitung koefisien korelasi dan koefisien regresi antara harga jual dengan volume penjualan, serta melakukan uji t hitung hasil regresi.

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian statistik diperoleh hasil sebagai berikut: 1) Penentuan harga jual produk yang dilakukan oleh perusahaan tidak menggunakan *variable costing*. 2) Ada hubungan yang negatif antara harga jual dengan volume penjualan. 3) Ada pengaruh yang negatif antara harga jual dan volume penjualan, artinya bila harga jual naik maka volume penjualan turun atau sebaliknya.

## **ABSTRACT**

# **THE INFLUENCE OF THE SELLING PRICE DETERMINATION ON THE SELLING VOLUME**

**A CASE STUDY AT LIDYA CONVECTION COMPANY MAGELANG**

**Fransisca Niken Diah Puspitosari**

**NIM: 982114086**

**Universitas Sanata Dharma**

**Yogyakarta**

**2004**

This research aimed to know: 1) The selling price determination using cost plus pricing method with variable costing approach. 2) The relation between selling price and selling volume. 3) The influence of selling price on the selling volume. This research was a case study. The writer used interview and documentation as the techniques of data collecting. The data analysis was done by comparing the company's selling cost determination with the selling price determination using variable costing method, calculating correlation coefficient and regression coefficient of selling price and selling volume, and using t-test to calculate regression result.

Based on the result of the calculation and statistic it could be obtained the conclusions as follows: 1) The company did not use variable costing as its selling price determination. 2) There was a negative correlation between the selling price and the selling volume. 3) There was a negative influence of selling price on the selling volume, which meant that if the selling price increased, that the selling volume would decrease and viceversa.