

PENGARUH HARGA JUAL DAN POTONGAN HARGA TERHADAP LABA PENJUALAN PADA PT. GIORDANO INDONESIA (TIMBERLAND) MEDAN

Eva Susanti ¹⁾

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa

eva.santi012@gmail.com

Luman Hakim Siregar ²⁾

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa

*eva.santi012@gmail.com

Received: 12 Maret 2024

Revised: 11 April 2024

Published: 30 April 2024

Abstract

This study aims to explain the impact of the sale price and price cuts on sales profits in Giordano Indonesia. Sampling techniques were used in this study of 60 respondents in a timberland store at PT. GIORDANO, Indonesia. The type of data that is collected is quantitative data (data expressed in the form of numbers), which is a number of answers from respondents. Besides, it also collects qualitative data, which is about the history of the company as well as the information needed to support this researcher. The test results of the first hypothesis show that the sale price is obtained: $t_{count} > t_{table} = 4,285 > 1,671$. Based on the result, H_0 is rejected and H_1 is accepted for the price influence variable. Thus, partially, the selling price has a significant positive influence on the sales profit at PT. GIORDANO INDONESIA. In the second hypothetical test, the price cut was $t_{count} > t_{tabel} = 4,534 > 1,671$. The result of the F test in this study is that the value of $F_{calculate} > F_{table} = 35,192 > 3,16$. Thus, it can be concluded that simultaneously, the sale price and the price reduction have a significant positive effect on the sales profit at PT. GIORDANO INDONESIA (timberland). Keywords: price of sale, price cut, profit of sale

Keywords: Sale price, discount price, sale profit

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan setiap Pengaruh Harga Jual dan Potongan Harga Terhadap Laba Penjualan pada PT. GIORDANO INDONESIA. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden di store timberland pada PT. GIORDANO INDONESIA. Jenis data yang diambil adalah data kuantitatif (data yang dinyatakan dalam bentuk angka) berupa angka-angka hasil jawaban dari responden. Selain itu juga dikumpulkan data kualitatif (data yang tidak dinyatakan dalam bentuk deskriptif) yaitu berupa tentang sejarah perusahaan serta informasi yang dibutuhkan untuk mendukung peneliti ini. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa harga jual diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 4,285 > 1,671$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel pengaruh harga jual. Dengan demikian, secara parsial bahwa harga jual berpengaruh positif signifikan terhadap laba penjualan pada PT. GIORDANO INDONESIA. Pada pengujian hipotesis kedua menunjukkan potongan harga $t_{hitung} > t_{tabel} = 4,534 > 1,671$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_2 diterima untuk variabel pengaruh potongan harga. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel pengaruh potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap laba penjualan pada PT. GIORDANO INDONESIA. Hasil uji F dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 35,192 > 3,16$. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa secara simultan harga jual dan potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap laba penjualan pada PT. GIORDANO INDONESIA (timberland)

Kata kunci: Harga Jual, Potongan Harga, Laba Penjualan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini menyebabkan persaingan di antara para pelaku usaha juga semakin kompetitif. Semakin ketatnya persaingan bisnis di dunia usaha menuntut manajemen perusahaan berkerja lebih efisien dan lebih efektif untuk selalu menjaga kondisi perusahaan agar tetap bertahan dan berkembang dengan baik dalam dunia usaha di indonesia.

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran.

Semakin meningkatnya jumlah retail di Indonesia, akan semakin meningkatkan pesaing di industri retail. Dengan banyaknya pilihan retail sebagai tempat belanja, customer kini mempunyai daya tawar yang lebih tinggi. Customer dapat dengan mudah memilih retail yang dianggap memberikan penawaran dan manfaat lebih, tidak hanya sekedar tempat belanja semata. Agar mendapatkan posisi yang unik dimata customer nya, peretail harus memikirkan strategi yang berbeda dari para kompetitornya.

Untuk dapat menjaga kelangsungan hidup dan berkembangnya dalam jangka panjang, suatu perusahaan harus mempunyai kemampuan untuk meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan merupakan total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi.

Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenan dengan operasinya. Jika tujuan perusahaan itu tercapai

maka keberlangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang tetap mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut Kotler (2013:55) adalah : 1. Harga jual, faktor harga jual merupakan hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang dapat dijangkau oleh konsumen. 2. Produk, produk salah satu faktor yang sangat mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen. 3. Biaya promosi, biaya promosi adalah aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi dan membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.

Penelitian ini fokus meneliti tentang pengaru harga jual dan potongan harga terhadap laba penjualan. Karena harga jual merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik itu berupa barang maupun jasa.

Dalam suatu perusahaan retail haru mempunyai kemampuan untuk meningkatkan laba perusahaan dari segi promosi maupun dari segi lainnya salah satunya dengan menggunakan strategi potongan harga. Potongan harga akan terlaksana jika setiap store yang berada di suatu Mall menyetujuiin keikutsertaan yang telah dikoordinasikan kepada setiap store sebelumnya. Pihak Mall akan menginformasikan kepada setiap store bahwasannya pada hari-hari besar seperti Hari Raya idul fitri, Natal, Imlek dan Tahun Baru akan mengadakan beberapa promo yang dimana setiap store harus mengikutinya.

Store Timberland merupakan salah satu store yang harus mengikuti kebijakan dari pihak Mall untuk melakukan kegiatan tersebut. Store Timberland harus mengambil strategi agar promo/Potongan harga dapat berjalan dengan baik. Store Timberland akan menginformasikan kepada Manager (Area Head) bahwasannya pihak Mall akan melakukan promo pada saat hari-hari besar yang akan datang. Dan Area Manager akan menginformasikan kepada buyer yang ada di Office tentang perihal promo yang akan berlangsung di Mall tersebut. Dan setelah

mendapat approval dari pihak Office maka store timberland akan membuat kelompok barang-barang yang telah dibuat list discount.

Sebelum hari H pihak toko wajib mempersiapkan media promo seperti POP dan baner agar customer mengetahui promo yang sedang berlangsung di store huley. Dibulan yang bukan hari besar (pick season) biasanya buyer akan merencanakan discount buy 2 or more 20% untuk menunjang sales yang drop akibat jumlah orang yang berkunjung (traffic mall) yang menurun. Minimal discount yang diberikan store timberland kepada customer yaitu 10% dan maksimal 40% yang biasanya diadakan pada akhir tahun dan barang yang diberikan per item nya memang sudah old seasen dan ukuran sudah tidak lengkap lagi (broken size).

Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan. Kemampuan menghasilkan laba yang maksimal pada suatu perusahaan sangatlah penting karena pada dasarnya pihak-pihak yang berkepentingan, misalkan investor dan kreditur mengukur keberhasilan perusahaan berdasarkan kemampuan yang terlihat dari kinerja manajemen dalam menghasilkan laba di masa mendatang.

PT. Giordano Indonesia berdiri tahun 2000 merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang retail dan memiliki beberapa anak perusahaan antara lain brand, giordan, nike, timberland, dan hurley. Timberland pertama kali sekali berada di New England pada tahun 1973, Namun saat ini timberland store terus ada di setiap kota di Indonesia dalam bidang usaha retail, tentunya Giordano memiliki beberapa pesaing yang juga menjual produk dengan konsep sejenis, yaitu Adidas, planet Sport, New Balance dan lain sebagainya. Karena merupakan usaha retail yang memiliki cukup banyak pesaing, Giordana harus menetapkan sebuah strategi yang mampu membuat Giordano menang dalam persaingan dan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Salah satu strategi yang digunakan oleh Giordano untuk memuaskan pelanggannya adalah dengan menetapkan harga jual, dan potongan harga

Kajian Teoritis

1. Pengertian Harga Jual

Harga jual merupakan beberapa uang yang digunakan untuk memperoleh sejumlah barang beserta layanan dari penjual (Soeprihanto dalam Desliane, 2016).

Penentuan harga jual barang atau jasa merupakan tujuan dari pihak manajemen untuk membuat keputusan (Halim dkk dalam Intan, 2014). Menurut Slamet Sugiri S (2015:164) definisi harga jual adalah biaya atau cost ditambah dengan markup sebesar persentase tertentu dari biaya tersebut. Menurut Hansen dan Mowen (2011:633) Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Menurut Wiwik Lestari dan Dhyka Bagus Permana (2017:158) mendefinisikan harga jual sebagai nilai atau angka yang telah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, oleh karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2. Pengertian Potongan Harga (Discount)

Perusahaan pada umumnya akan menyelesaikan daftar harga mereka kemudian memberikan diskon dan potongan harga untuk setiap pembayaran yang lebih cepat, pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian diluar musim. Penyesuaian harga ini disebut diskon dan pengurangan harga.

Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa, Fandy Tjiptono (2016:147). Maka berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan yang dimaksud dengan harga adalah jumlah yang harus dibayarkan oleh konsumen yang dianggap layak untuk memperoleh atau memiliki produk dimana besarnya ditetapkan oleh perusahaan atau penjual.

Menurut Sutisna, dalam bukunya yang berjudul Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran (2001) diskon atau potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Sedangkan yang menjadi

dimensi diskon yaitu: Besarnya potongan harga yang di berikan, masa potongan harga yang di berikan, jenis produk yang mendapat potongan.

Pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Indikatornya besarnya potongan harga yaitu ukuran besar atau kecilnya potongan harga yang diberlakukan terhadap suatu produk, lalu masa potongan harga yitu dimana waktu atau rentang waktu potongan harga di berikan, yang ketiga jenis produk yang dapat potongan harga yitu tentang jenis produk apa yang akan mendapat potongan harga.

Potongan harga (Discount) merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pengurangan harga dari harga yang sudah ditetapkan untuk menciptakan pendapatan demi meningkatkan penjualan suatu produk. Menurut Tjiptono (2016:236) Discount merupakan potongan harga yang diberi oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas-aktivitas tertentu yang dilakukan pembeli, misalnya membayar tagihan lebih cepat, membeli dalam jumlah besar, atau membeli di luar musim atau periode permintaan puncak.

Menurut McCarthy (2015 : 362), potongan harga merupakan penurunan harga yang dicatat dari penjual kepada pembeli yang tidak menjalankan fungsi pemasaran tertentu atau tidak menjalankan fungsi pemasaran atau menjalankan fungsinya sendiri. Sedangkan Peter dan Olson (2014:256) mendefinisikan potongan harga sebagai strategi menentukan harga yang melibatkan rencana jangka panjang untuk menurunkan harga secara sistematis setelah mengenalkan produk dengan harga tinggi.

3. Pengertian Laba

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Laba merupakan indikator prestasi atau kinerja perusahaan yang besarnya tampak di laporan keuangan, tepatnya laba rugi. mendefenisikan laba sebagai berikut: Laba (earnings) atau Biaya Produksi(net income) mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat.

(laba) adalah naiknya nilai ekuitas dari transaksi yang bersifat insidental dan bukan kegiatan utama entitas dan dari transaksi atau kegiatan lainnya yang memengaruhi

JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI DAN ILMU EKONOMI

entitas selama satu periode tertentu, kecuali yang berasal dari hasil atau investasi dari pemilik (prive).

Menurut Ardianto (2019:100) “Laba merupakan Pengertian Laba secara operasional merupakan perbedaan antara pemasukan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pemasukan tersebut. Penafsiran laba bagi kelebihan penghasilan di atas bayaran sepanjang satu periode akuntansi.

Proses menganalisis perusahaan di samping dilakukan dengan memperhatikan laporan keuangan perusahaan, pula dapat dicoba dengan memakai analisis rasio keuangan. Dari sudut pemikiran investor, salah satu indikator penting untuk memperhitungkan prospek perusahaan pada waktu yang hendak tiba merupakan dengan melihat sepanjang mana perkembangan profitabilitas industri. Laba ialah tujuan perusahaan, dimana dengan laba perusahaan dapat memperluas usahanya. Keahlian perusahaan buat mendapatkan laba ialah salah satu petunjuk tentang mutu manajemen serta operasi perusahaan tersebut, yang berarti mencerminkan nilai perusahaan.

Pengertian laba menurut (Harahap, 2015), gain kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya, disebut juga pendapatan bersih atau net earning.” Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa laba merupakan seuruh total pendapatan yang dikurangi dengan total biaya- biaya. Laba merupakan pusat pertanggung jawaban yang masuk dan keluarannya diukur dengan menghitung selisi antara pendapatan dan biaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kauntitatif. Pada penelitian ini digunakan teknik sampel jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. . Langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik pengambilan sampel adalah : 1. Customer yang datang ke store timberland dan melakukan transaksi pembelian produk timberland. 2. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara meminta customer yang melakukan transaksi pembelian produk timberland. Hal ini dilakukan karena diharapkan hasil yang didapatkan dari kuesioner tersebut valid. Metode pengumpulan data dengan observasi, dekumentasi, kuesioner, studi kepustakaan dan studi lapangan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian

tersebut dengan alat uji korelasi product moment dan korelasi berganda tetapi dalam praktiknya pengolahan data penelitian ini menggunakan software statistik SPSS

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri dari harga jual dan potongan harga.

Tabel 1. Uji t

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12,090	2,015		6,000	,000		
Harga jual	,221	,052	,424	4,285	,000	,800	1,250
Potongan harga	,359	,079	,449	4,534	,000	,800	1,250

a. Dependent Variable: laba penjualan

Berdasarkan tabel 1 diperoleh nilai sebagai berikut :

1. Nilai signifikannya untuk variabel pengaruh potongan harga (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} > t_{tabel} = 4,285 > 1,671$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel harga jual. Dengan demikian secara parsial bahwa variabel berpengaruh positif signifikan terhadap laba penjualan store timberland pada PT. Giordano Indonesia.
2. Nilai signifikannya untuk variabel pengaruh potongan harga (0,000) lebih besar dibandingkan dengan alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} > t_{tabel} = 4,534 > 1,671$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_2 diterima untuk variabel pengaruh potongan harga. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel pengaruh potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap laba penjualan store timberland pada PT. Giordano Indonesia.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas.

Tabel 2. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	169,039	2	84,519	35,192	,000 ^b
Residual	136,894	57	2,402		
Total	305,933	59			

a. Dependent Variable: laba penjualan

b. Predictors: (Constant), harga jual, potongan harga

Diketahui nilai signifikannya 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan nilai alpha 5% (0,05) atau nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 35,192 > 3,16$ ($df_1 = k-1=3-1=2$) sedangkan ($df_2 = n-k= 60-3= 57$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan harga jual dan potongan harga berpengaruh signifikan terhadap laba penjualan store timberland pada PT. Giordano Indonesia.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent.

Tabel 3. Koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743 ^a	,553	,537	1,54973

a. Predictors: (Constant), harga jual, potongan harga

b. Dependent Variable: laba penjualan

Berdasarkan tabel 3 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. R menunjukkan nilai regresi korelasi sebesar 0,743 yang artinya secara bersamaan harga jual dan potongan harga berpengaruh signifikan terhadap laba penjualan pada PT.Giordano Indonesia (Timberland) Medan.
2. Koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai 0,553 (55,3%) yang artinya 55,3% variabel harga jual (X_1) dan potongan harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap laba penjualan pada PT. Giordano Indonesia (Timberland) Medan.
3. Untuk nilai Adjusted R Square 0,537 (53,7), sehingga dapat dikatakan bahwa 53,7% variabel independent yaitu harga jual dan potongan harga dapat menjelaskan laba penjualan sedangkan sisanya 46,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model pada PT. Giordano Indonesia (Timberland) Medan.

4. Pembahasan

a. Pengaruh Harga Jual Terhadap Laba Penjualan

Variabel harga jual (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan alpha 5% (0,005) atau $t_{(hitung)} > t_{tabel} = 4,285 > 1,671$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel pengaruh harga jual. Dengan demikian secara persial bahwa variabel harga jual berpengaruh positif signifikan terhadap laba penjualan pada PT. Giordano Indonesia (Timberland) Medan.

Store Timberland harus terus meningkat keefektifan dalam melakukan kegiatan harga jual dengan manajemen yang benar, agar setiap customer yang berbelanja ingin kembali lagi untuk melakukan transaksi dan customer yang melakukan kunjungan di store timberland merasa sangat puas atas harga dan kualitas produk yang ditawarkan pihak store timberland. Dengan kata lain harus mempertahankan kepercayaan customer agar tidak berpindah ke pesaing retail yang sejenis.

b. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Laba Penjualan

Variabel potongan harga (0,000) lebih besar dibandingkan dengan alpha 5% (0,05) atau $t_{(hitung)} > t_{tabel} = 4,534 > 1,671$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_2 diterima untuk variabel pengaruh potongan harga. Dengan demikian, secara persial bahwa variabel pengaruh potongan harga

berpengaruh positif terhadap laba penjualan pada PT. Giordano Indonesia (Timberland) Medan.

Dengan terus meningkatnya strategi pemasaran seperti ini store timberland pasti memiliki nilai plus tersendiri dari para customer dibandingkan para pesaing bisnis retail yang sejenis, karena store timberland mampu memberikan potongan harga yang sangat menarik perhatian customer sehingga mereka masuk ke store dan melakukan transaksi tersebut. Untuk potongan harga yang di berikan oleh store timberland sendiri dari discount buy 2 or more 20%, hingga maksimal 40% yang biasa diadakan pada akhir tahun.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 4,285 > 1,671$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_1 diterima untuk variabel pengaruh harga jual. Dengan demikian secara parsial bahwa variabel harga jual berpengaruh positif signifikan terhadap laba penjualan store timberland pada PT. Giordano Indonesia. Selanjutnya berdasarkan hasil yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 4,534 > 1,671$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka H_0 ditolak dan H_2 diterima untuk variabel pengaruh potongan harga. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel pengaruh potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap laba penjualan store timberland pada PT. Giordano Indonesia. Kemudian berdasarkan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} = 35,192 > 3,16$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan harga jual dan potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap laba penjualan store timberland pada PT. Giordano Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhianto, Wahdani Nur. (2019). Buku Sakti Pengantar Akuntansi. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Desliane, Wauran. (2016). Analisis Penentuan Harga. Jurnal EMBA. 652 Vol.4 No.2
- Hansen, D.R. dan Mowen, M.M. (2011). Akuntansi Manajerial. Salemba Empat. Jakarta.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2018). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta : Rajawali Pers.
- Intan Puspita Sari, & Putri, I. A. (2014). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Pada Manajemen Laba. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana
- Kotler, Philip. (2013). Manajemen Pemasaran, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta. Erlangga.
- McCarthy, A. (2015). 500 Social Media Marketing Tips, Essential Advice, Hints, and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn, and More. United States: CreateSpace Independent.
- Peter, J Paul dan Olson, J.C. (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi. Pemasaran. Salemba Empat.
- Slamet Sugiri Sodikin, B. A. (2015). Akuntansi Pengantar 1. Yogyakarta: UPP STIM. YKPN.
- Sutisna. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. PT. Remaja. Rosdakarya, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. (2016). Pemasaran Esensi dan Aplikasi, Yogyakarta. C.V Andi Offset.
- Wiwik Lestari, Dhyka Bagus Permana. (2017). Akuntansi Biaya Dalam Perspektif. Manajerial. Surabaya : PT Raja Grafindo Persada.