PT Serasi Auto Raya (TRAC ASTRA) sebagai salah satu perusahaan kelompok usaha Astra yang bergerak di bidang rental mobil yang menyediakan berbagai macam jenis dan merk kendaraan. Dalam usahanya untuk mempertahankan pelanggan, perusahaan memberikan program fasilitas yang diberikan kepada pelanggan antara lain memberikan diskon. Program diskon diberikan diharapkan akan mampu meningkatkankan jumlah pelanggan dan meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Penelitian berjudul Pengaruh Penetapan Harga Diskon Terhadap Volume Penjualan pada PT Serasi Auto Raya (TRAC ASTRA) di Bandung. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pelaksanaan penetapan harga diskon, mengetahui penjualan yang terjadi dan sejauh mana pengaruh penetapan harga diskon terhadap volume penjualan pada PT Serasi Auto Raya (TRAC ASTRA). Sedangkan metode penelitian yang digunakan yaitu explanatory, yang berguna untuk menjelaskan hubungan kausal antar variable melalui pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan penetapan harga diskon yang dijalankan oleh PT Serasi Auto Raya (TRAC ASTRA), perusahaan melihat pada kriteria loyalitas pelanggannya dalam menyewa kendaraan selain itu dengan menetapkan waktu tertentu seperti hari Raya Idul Fitri atau di akhir tahun. Hal ini dilakukan sebagai usaha untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat, karena harga merupakan satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang mendatangkan keuntungan, sementara variabel-variabel lainnya akan mendatangkan biaya bagi perusahaan.

Penjualan yang terjadi pada PT Serasi Auto Raya (TRAC ASTRA) dilakukan dengan potongan harga yang bertujuan untuk memberikan daya tarik kepada konsumen dengan diskon yang diberikan antara 13%–17%. Pengaruh penetapan harga diskon terhadap volume penjualan pada PT Serasi Auto Raya (TRAC ASTRA) berdasarkan perhitungan regresi linier sederhana tercatat hasil regresi untuk konstanta sebesar 235248.347, menunjukkan apabila tidak ada pemberian diskon, maka volume penjualan sebesar Rp 235248.347. Nilai koefisien penetapan harga diskon yang tercatat dari hasil regresi sebesar 6734.652, menunjukkan bahwa setiap pemberian diskon sebesar 1% akan meningkatkan volume penjualan sebesar Rp 6734.652. Hasil analisis uji koefisien korelasi pearson sebesar 0,077, yang termasuk dalam kategori 0,00-0,19 yang menunjukkan hubungan yang sangat rendah. Sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,6%, artinya, penetapan harga diskon akan mempengaruhi volume penjualan sebesar 0,6%, sedangkan sisanya sebesar 99,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti. Hasil uji hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,588, sedangkan nilai t_{tabel} diperoleh sebesar 1,672. Nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}, sehingga Ha ditolak, maka penetapan harga diskon tidak berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan, yaitu “Jika diskon ditingkatkan, maka volume penjualan akan meningkat” ditolak. Hasil analisa bahwa volume penjualan setiap tahunnya fluktuatif.