

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas produk Terhadap Volume Penjualan Usaha Mikro Binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri”, ini ditulis oleh M. Arif Ardiansyah, NIM. 1742143178, dan pembimbing Muhamad Aswad, M.A.

Dengan pertumbuhan ekonomi yang baik, jumlah penduduk yang banyak, dan mayoritas penduduk adalah muslim, Indonesia adalah pasar yang mengiurkan untuk pemasaran suatu produk. Sehingga dibanjiri oleh produk dalam maupun luar negeri dengan variasi harga yang berbeda-beda. Maka dari itu perusahaan di kota Kediri harus bisa bersaing terutama produk makanan dan minuman. Perusahaan produk makanan maupun minuman di kota Kediri didorong untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menerapkan strategi pemasaran dan penetapan harga, strategi promosi dan kualitas produk yang di tawarkan Agar dapat menguasai pasar di negeri sendiri dan dipercayai oleh masyarakat. Salah satu dari strategi tersebut adalah harga sebuah produk itu sendiri serta adanya promosi dan kualitas pada suatu produk itu sendiri. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian asosiatif, Variable independen dalam penelitian ini adalah harga (X1) Promosi (X2), Kualitas Produk (X3). Variabel dependen adalah Volume Penjualan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 responden dari populasi seluruh pelaku usaha mikro kecil menengah. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah secara primer atau langsung dari koesioner. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji t, uji f, dan uji (R²).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan, promosi berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan usaha mikro kecil menengah. Secara simultan ketiga variabel bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan nilai r square kedua variabel independen mampu menjelaskan variabel volume penjualan sebesar 84,1%, sedangkan sisanya sebesar 15,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Volume Penjualan, Harga, Promosi, Kualitas Produk

ABSTRACT

The thesis with the title "The Effect of Price, Promotion and Product Quality on the Sales Volume of Micro Business Supported by the Office of Cooperative Micro and Manpower of Kediri City", was written by M. ArifArdiansyah, NIM. 1742143178, and mentor MuhamadAswad, M.A.

With good economic growth, a large population, and the majority of the population are Muslims, Indonesia is a market that is marketing for a product. So that it is flooded with domestic and foreign products with different price variations. Therefore companies in the city of Kediri must be able to compete, especially food and beverage products. Food and beverage products companies in the city of Kediri are encouraged to be more creative and innovative in implementing marketing and pricing strategies, promotion strategies and the quality of products offered. In order to master the market in their own country and be trusted by the public. One of these strategies is the price of a product itself and the promotion and quality of the product itself. And the purpose of this study is to find out whether prices, promotions and product quality affect sales volume.

This study uses a quantitative approach using the type of associative research, independent variables in this study are the price (X1) Promotion (X2), Product Quality (X3). The dependent variable is Sales Volume. The sample used in this study is 40 respondents from the population of all micro, small and medium enterprises. Data collection methods in this study are primary or direct from questionnaire. Hypothesis testing in this study is t test, f test, and test (R²).

The results of this study conclude that the price has a significant positive effect on sales volume, promotion has a significant positive effect on sales volume, product quality has a positive and significant effect on the sales volume of small and medium micro . Simultaneously the three variables together have a significant effect on sales volume. Based on the r square value, the two independent variables are able to explain the sales volume variable by 84.1%, while the remaining 15.9% is influenced by other variables.

Keywords: Sales Volume, Price, Promotion, Product Quality

