

ANALISIS KUALITAS PRODUK, SALES *PROMOTION* DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP TINGKAT *VOLUME* PENJUALAN PADA UD. MITRA CEMERLANG LAMONGAN

*(ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY, SALES PROMOTION AND
PROMOTION STRATEGIES ON THE LEVEL OF SALES VOLUME AT
UD. MITRA CEMERLANG LAMONGAN)*

Sundari Septiyas¹

Program Studi Ekonomi, Jurusan Manajemen

Email: septiyaningrum78@gmail.com

** Correspondence*

Kata Kunci:

*Kualitas Produk, Sales
Promotion, Strategi
Promosi dan Volume
Penjualan*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, sales promotion, dan strategi promosi terhadap volume penjualan baik secara parsial, simultan dan faktor yang paling dominan diantara ketiga variabel di atas yang mempengaruhi volume penjualan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Mitra Cemerlang Lamongan sedangkan sampel seluruh responden yang berjumlah 80 responden.

Hasil penelitian di atas disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, sales promotion, dan strategi promosi berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan. Variabel kualitas penjualan, sales promotion, dan strategi promosi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan. Dan variabel strategi promosi berpengaruh paling dominan terhadap volume penjualan pada UD Mitra Cemerlang Lamongan.

Keywords : *Product
Quality , Sales
Promotion , Promotion
Strategy and Sales
Volume*

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, sales promotion, and promotion strategies on sales volume either partially, simultaneously and the most dominant factor among the three variables above that affects sales volume. The population in this study are consumers of UD. Mitra Cemerlang Lamongan while the sample of all respondents totaling 80 respondents.

The results of the above study concluded that the

variables of product quality, sales promotion, and promotion strategies have a partial effect on sales volume. Variable sales quality, sales promotion, and promotion strategies simultaneously affect the sales volume. And the promotion strategy variable has the most dominant influence on sales volume at UD Mitra Cemerlang Lamongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Dr. H. Buchari, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ke – 10. Bandung : Alfabeta
- Boyd , 2011 . *Manajemen Pemasaran – suatu pendekatan strategis dengan pendekatan orientasi global* .Jakarta : Erlangga
- Chandra, Gregious, 2011 .*Strategi dan Program Pemasaran* . Edisi 1 . Yogyakarta
- Dwintha, Ririn Triyani, 2012. *Analisis Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Daihatshu* (Studi kasus PT. Jujur Sakti Makasar).
- Fandy Tjiptono, 2014. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta Andi Offcer.
- Freddy Rangkuti, 2009.*Strategi Promosi Yang Kreatif*, edisi pertama, cetakan pertama. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam, (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, Edisi 2, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hermawan Kartajaya, 2009.*Mark Plus Basies*. Jakarta : Erlangga.
- <http://xerma.blogspot.co.id/2013/08/pengertian-volume-penjualan.html>
- <http://irwansahaja.blogspot.co.id/2014/05/volume-tujuan-dan-faktor-yang.html>
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Sugiyono, 2011.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2013.*Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke – 22. Bandung :

Sundari¹, Ratna Handayati², Danu
Kusbandono³

*Kualitas Produk, Sales Promotion, Strategi
Promosi dan Volume Penjualan*

Alfabeta

Sumarni, Suprihanto, 2014. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : LIBERTY

Sunyoto, Danang. 2012 : 68. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta :
PT. Buku Seru

Suparyanto, Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor : Inmedia.