

ABSTRACT

This research aims to know the influence of price, promotion, and service quality on increased of sales. About 80 respondents to object in research, who are the objects the research is Customer of PT. Dwidaya Tour Branch Plaza Adorama Kemang. Technique data collection in this research that is the questionnaire by method descriptive analysis quantitative. Therefore, the analysis of data used in the statistical analysis of Statistic Package for Sosial Scince (SPSS) versi 21.0. Analysis of data used in the form of the linear regression multiple. This research result indicates that the existence of a positive influence between variables independent (price, promotion, and service quality) on variable dependent (increased of sales). This can be seen from the test determination (R^2) and the partial (T). From the such test shows a significance of the third set free on variables bounds the increased of sales. The result of this research spoke of influence partially between variables price, variables promotion, and variables service quality on variables increased of sales.

Keywords : Price, Promotion, Service Quality, Sales.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan. Sebanyak 80 responden dijadikan objek dalam penelitian, yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Dwidaya Tour Cabang Plaza Adorama Kemang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik kuesioner atau angket dengan metode analisis deskriptif kuantitatif. Oleh karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dengan menggunakan program SPSS versi 21.0. Analisis data yang digunakan dalam bentuk uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara variabel independent (Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependent (Peningkatan Penjualan). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji determinasi (R^2) dan uji parsial (T). Dari hasil uji tersebut menunjukkan nilai yang signifikansi dari ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu peningkatan penjualan. Maka dari itu hasil penelitian ini menyatakan adanya pengaruh secara partial antara variabel harga, variabel promosi dan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel peningkatan penjualan.

Kata kunci : Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Penjualan.