

ABSTRAK

Nalalia Faricha (1520310133). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, IAIN Kudus, 2019.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap volume penjualan pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian survey. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Khilda Collection dengan sampel berjumlah 40 pelanggan sebagai responden menggunakan teknik aksidental dalam penentuan respondennya.

Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas hasilnya semua instrumen valid dan reliabel. Uji prasyarat dalam uji multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel kualitas produk, harga dan promosi masing – masing sebesar: 0,990, 0,962, 0,953 dan VIF masing – masing sebesar: 1,010, 1,040, 1,050. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 0,10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki VIF lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas berdasarkan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Uji normalitas yang dapat dilihat dalam grafik histogram yang membentuk lonceng sempurna dan P-P Plot yang menunjukkan titik-titik mengikuti arah garis diagonal dapat dinyatakan bahwa data normal, Sedangkan untuk uji hipotesis menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,153, uji t dengan hasil yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dibawah 0,05 disetiap variabelnya, untuk variabel Kualitas Produk (X_1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar (2,903 > 2,028), variabel Harga (X_2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,040 > 2,028), variabel Promosi (X_3) $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar (2,627 > 2,028), uji koefisien determinasi, ditunjukkan pada Adjusted R Square sebesar 0,415 atau 41,5%, dan uji f ditunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar (10,204 > 2,80) dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti adanya pengaruh dari Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan pada UKM Khilda Collection Jepang Pakis Kudus.

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