

ABSTRAK

Tivany, 181010042, 2022, Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Penjualan Produk Pada PT. Sinar Aneka Niaga, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Penjualan Produk pada PT. Sinar Aneka Niaga, mengetahui pengaruh Ekuitas Merek terhadap Penjualan Produk pada PT. Sinar Aneka Niaga, mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Penjualan Produk pada PT. Sinar Aneka Niaga.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2021 sebanyak 253 pelanggan. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 155 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Penjualan Produk = 0,120 + 0,269 Kualitas Produk + 0,275 Ekuitas Merek + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} (4,670) > t_{tabel} (1,975)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Penjualan Produk pada PT. Sinar Aneka Niaga. Hasil analisis menunjukkan Ekuitas Merek memiliki nilai $t_{hitung} (6,327) > t_{tabel} (1,975)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Ekuitas Merek terhadap Penjualan Produk pada PT. Sinar Aneka Niaga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan Produk pada PT. Sinar Aneka Niaga berdasarkan nilai $F_{hitung} (34,645) > F_{tabel} (3,06)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Ekuitas Merek secara simultan terhadap Penjualan Produk pada PT. Sinar Aneka Niaga. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,313 artinya variabel Penjualan Produk dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk dan Ekuitas Merek sebesar 31,3% sedangkan sisanya 68,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti loyalitas, kepuasan, pelayanan, promosi, lokasi dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Penjualan Produk

ABSTRACT

Tivany, 181010042, 2022, Effect of Product Quality and Brand Equity on Product Sales at PT. Sinar Aneka Niaga, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Sc., Advisor II: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

This study aims to determine the effect of product quality on product sales at PT. Sinar Aneka Niaga, knowing the effect of Brand Equity on Product Sales at PT. Sinar Aneka Niaga, knowing the effect of Product Quality and Brand Equity on Product Sales at PT. Various Commerce Rays. The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all customers who made purchases at the company during the 2021 period as many as 253 customers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the total sample size is 155 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation $Product\ Sales = 0.120 + 0.269\ Product\ Quality + 0.275\ Brand\ Equity + e$.

The results of the research analysis show that Product Quality has a value of $t_{count} (4.670) > t_{table} (1.975)$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Product Quality on Product Sales at PT. Various Commerce Rays. The results of the analysis show that Brand Equity has a value of $t_{count} (6.327) > t_{table} (1.975)$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Brand Equity on Product Sales at PT. Various Commerce Rays. The results showed that product quality and brand equity had a positive and significant effect on product sales at PT. Sinar Aneka Niaga based on the value of $F_{count} (34.645) > F_{table} (3.06)$ with a significance of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that there is a significant influence between Product Quality and Brand Equity simultaneously on Product Sales at PT. Various Commerce Rays. The results of this study are supported by the value of R Square (R^2) or the coefficient of determination obtained is 0.313, meaning that the Product Sales variable can be explained by the Product Quality and Brand Equity variables of 31.3% while the remaining 68.7% is influenced by other factors originating from from outside this research model such as loyalty, satisfaction, service, promotion, location and various other variables.

Keywords: Product Quality, Brand Equity, Product Sales.