

ABSTRAK

Muhammad Enden Luthfi Rosyadi (1169220026) : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Promosi terhadap Volume Penjualan Produk Clothing PT Shafira Laras Persada Bandung Periode 2015-2019

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengaruh *kualitas pelayanan* dan *kebijakan promosi* terhadap volume penjualan produk clothing pada PT Shafira Laras Persada Bandung. Terdapat hubungan antara pengaruh *kualitas pelayanan* dan *kebijakan promosi* terhadap volume penjualan produk clothing yang dihasilkan oleh PT Shafira Laras Persada Bandung.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan produk clothing secara parsial pada PT Shafira Laras Persada Bandung, seberapa besar pengaruh kebijakan promosi terhadap volume penjualan produk clothing secara parsial pada PT Shafira Laras Persada Bandung, seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kebijakan promosi terhadap volume penjualan produk clothing secara simultan pada PT Shafira Laras Persada Bandung.

Menurut Chistian Gronroos kualitas pelayanan dipengaruhi oleh faktor, antara lain : menjaga dan memperhatikan, spontalitas, dan adapun menurut Basu Swasta dan Irawan kebijakan promosi dipengaruhi oleh faktor antara lain: besarnya yang digunakan untuk promosi, luas pasar secara geografis. Berdasarkan teori tersebutlah variabel kualitas pelayanan dan kebijakan promosi muncul, yang mana kedua variabel tersebut akan dibahas dalam penelitian ini.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer, dimana yang menjadi variabel independen pengaruh *kualitas pelayanan* dan *kebijakan promosi* sedangkan volume penjualan sebagai variabel dependen. Analisis statistik yang digunakan regresi linier, pengujian hipotesis melalui Uji T dan Uji F, korelasi.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial menunjukkan nilai $t_{hitung} 0,017 < t_{tabel} 1,675$ dengan tingkat nilai signifikan untuk variabel (X_1) yaitu kualitas pelayanan sebesar 0,986 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap volume penjualan diterima (H_a ditolak dan H_o diterima). Untuk variabel (X_2) yaitu kebijakan promosi secara parsial menunjukkan nilai $t_{hitung} 4,563 < t_{tabel} 1,675$ dengan nilai signifikan 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kebijakan promosi terhadap volume penjualan diterima (H_a diterima dan H_o ditolak). Adapun hasil dari analisis korelasi (X_1) sebesar 0,431 dengan tingkat korelasi sedang, dan (X_2) sebesar 0,660 dengan tingkat korelasi kuat. Sedangkan nilai determinasi ($R Square$) variabel kualitas pelayanan dan kebijakan promosi terhadap volume penjualan produk clothing PT Shafira Laras Persada Bandung sebesar 0,436 atau persentase sebesar 43,6% dan sisanya sebesar 56,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan oleh peneliti.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kebijakan Promosi, dan Volume Penjualan

ABSTRAK

Muhammad Enden Luthfi Rosyadi (1169220026) : *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Promosi terhadap Volume Penjualan Produk Clothing PT Shafira Laras Persada Bandung Periode 2015-2019*

This research is motivated by the influence of service quality and promotional policies on the sales volume of clothing products at PT Shafira Laras Persada Bandung. There is a relationship between the influence of service quality and promotional policies on the sales volume of clothing products produced by PT Shafira Laras Persada Bandung.

The purpose of this study was to determine how much influence the quality of service on the sales volume of clothing products partially at PT Shafira Laras Persada Bandung, how much influence the promotion policy on the sales volume of clothing products partially at PT Shafira Laras Persada Bandung, how much influence the quality of service and policies promotion of the sales volume of clothing products simultaneously at PT Shafira Laras Persada Bandung.

According to Chistian Gronroos, service quality is influenced by factors, including: maintaining and paying attention, horizontal, and according to Private Basu and Irawan, promotional policies are influenced by factors including: the amount used for promotion, geographic market area. Based on this theory, the variables of service quality and promotion policy emerge, in which these two variables will be discussed in this study.

The method in this research uses descriptive analysis method with a quantitative approach. The data used are primary data, where the independent variable influences service quality and promotion policies while sales volume is the dependent variable. Statistical analysis used linear regression, hypothesis testing through T test and F test, correlation.

The results of the study prove that partially shows the value of $t_{count} 0.017 < t_{table} 1.675$ with a significant value for the variable (X1), namely the service quality of 0.986 which is smaller than 0.05 so that the hypothesis that says there is a significant influence between service quality and sales volume is accepted (Ha was rejected and Ho was accepted). For the variable (X2), namely the promotion policy partially shows the value of $t_{count} 4.563 < t_{table} 1.675$ with a significant value of 0.001 which is smaller than 0.05, so the hypothesis says that there is a significant influence between promotion policy on sales volume accepted (Ha accepted and Ho rejected). The results of the correlation analysis (X1) were as wide as 0.431 with a moderate level of correlation, and (X2) of 0.660 with a strong correlation level. While the value of determination (R Square) of service quality variables and promotional policies on the sales volume of PT Shafira Laras Persada Bandung's clothing products is 0.436 or a percentage of 43.6% and the remaining 56.4% is influenced by other factors not included by the researcher.

Keywords: Service Quality, Promotion Policy, and Sales Volume