

ABSTRAK

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan penjualan produk sari kurma gingseng salsabil pada PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli secara simultan. Penelitian ini merupakan penelitian deskripsi kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui daftar pernyataan (questioner) dan studi dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 48 responden, dengan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis regresi linear berganda melalui uji t dan uji f. Secara parsial Strategi Pemasaran berpengaruh Terhadap Peningkatan Penjualan, diketahui hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $13,328 > 2,014$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 di tolak. Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Peningkatan Penjualan, diketahui hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,264 > 2,014$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 di tolak. Dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh Terhadap Peningkatan Penjualan hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,546 > 2,014$ dan nilai sig $0,014 < 0,05$ maka H_3 diterima dan H_0 di tolak. Secara simultan Strategi Pemasaran, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh Peningkatan Penjualan, diketahui hasil perhitungan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $431,340 > 3,20$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_4 diterima dan H_0 di tolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan. Nilai koefisien determinan sebesar 0,967 berarti Peningkatan Penjualan produk sari kurma gingseng salsabil pada PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli dipengaruhi strategi pemasaran, kualitas produk dan kepuasan pelanggan sebesar 96,7%.

Kata kunci :Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Peningkatan Penjualan

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of marketing strategy, service quality and customer satisfaction on increasing sales of ginseng salsabil date juice products at PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli simultaneously. This research is a quantitative descriptive research. Data collection techniques were carried out through a list of statements (questionnaires) and documentation studies. The sample in this study was 48 respondents, with multiple linear regression analysis. Multiple linear regression hypothesis testing via t test and f test. Partially, Marketing Strategy has an effect on increasing sales. It is known that the calculation results of $t_{count} > t_{table}$ are $13.328 > 2.014$ and the sig value is $0.000 < 0.05$, so H_1 is accepted and H_0 is rejected. Service quality has an effect on increasing sales. It is known that the calculation results of $t_{count} > t_{table}$ are $5.264 > 2.014$ and the sig value is $0.000 < 0.05$, so H_2 is accepted and H_0 is rejected. And Customer Satisfaction has an effect on increasing sales. This can be seen from the calculation results of $t_{count} > t_{table}$ $2.546 > 2.014$ and a sig value of $0.014 < 0.05$, so H_3 is accepted and H_0 is rejected. Simultaneously, Marketing Strategy, Product Quality and Customer Satisfaction have an effect on increasing sales. It is known that the results of the calculation of $f_{count} > f_{table}$ are $431.340 > 3.20$ and the sig value is $0.000 < 0.05$, so H_4 is accepted and H_0 is rejected. So it can be concluded that Marketing Strategy, Service Quality and Customer Satisfaction have an influence on increasing sales. The determinant coefficient value of 0.967 means an increase in sales of ginseng salsabil date juice products at PT. Shad Global Indonesia MSUT27 Medan Deli is influenced by marketing strategy, product quality and customer satisfaction by 96.7%.

Keywords : *Marketing Strategy, Product Quality, Customer Satisfaction, Increased Sales*

خلاصة

يهدف هذا البحث إلى تحديد وتحليل تأثير استراتيجية التسويق وجودة الخدمة ورضا العملاء على زيادة حزب العمال. شاد العالمية إندونيسيا في مبيعات منتجات عصير التمر سلسبيل الجنسج في شركة بت وقت واحد. هذا البحث هو بحث وصفي كمي. وتم تنفيذ تقنيات جمع البيانات من خلال قائمة البيانات (الاستبيانات) والدراسات التوثيقية. وبلغت عينة الدراسة 48 فرداً، مع تحليل الانحدار الخطي المتعدد. استراتيجية التسويق لها تأثير جزئي f. واختبار t اختبار فرضية الانحدار الخطي المتعدد عبر اختبار هي sig تكون < 13.328 > 2.014 وقيمة على زيادة المبيعات، ومن المعروف أن نتائج حساب جودة الخدمة لها تأثير على زيادة المبيعات، ومن H_0 ورفض H_1 $0.000 > 0.05$ ، لذلك يتم قبول هي $0.000 > 0.05$ ، لذلك يتم sig تكون < 5.264 > 2.014 وقيمة المعروف أن نتائج حساب ورضا العملاء له تأثير على زيادة المبيعات، ويمكن ملاحظة ذلك من نتائج H_0 ورفض H_2 قبول ورفض H_3 0.05 ، لذلك يتم قبول $0.014 < \text{sig}$ وقيمة $2.014 > 2.546$ تكون < تنابلهي الحساب في الوقت نفسه فإن استراتيجية التسويق وجودة المنتج ورضا العملاء لها تأثير على زيادة H_0 . هي sig هي $431.340 < 3.20$ وقيمة فتابل fcount المبيعات، ومن المعروف أن نتائج حساب مرفوض. لذلك يمكن الاستنتاج أن استراتيجية التسويق H_0 و H_4 $0.000 > 0.05$ ، وبالتالي يتم قبول وجودة الخدمة ورضا العملاء لها تأثير على زيادة المبيعات. قيمة المعامل المحدد البالغة 0.967 تعني حزب العمال. شاد العالمية تتأثر. زيادة في مبيعات منتجات عصير تمر سلسبيل الجنسج بسعر %، باستراتيجية التسويق وجودة المنتج ورضا العملاء بنسبة 96.7 Deli إندونيسيا

كلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، جودة المنتج، رضا العملاء، زيادة المبيعات

