

**“Analisis Pengaruh Harga, Media Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Penjualan
UMKM Di Kota Medan”.**

Ronaldo Gunawan Silalahi, Cindy Catrine Perangin-angin, Dinda Salsabila Loo

Program studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Perkembangan UMKM di kota Medan tercatat sebagai perkembangan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan daerah penyangga infrastruktur disekitarnya seperti Deli Serdang, Langkat, Binjai dan lain-lain. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Menurut Sugiyono (2018), Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Penelitian ini menggunakan 100 sampel dari Kecamatan Medan Sunggal, dengan metode cluster sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga produk, media promosi, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,319. Hal ini bahwa seleksi dipengaruhi oleh variabel harga produk, promosi produk, dan kualitas produk sebesar 31.9 %. Dan pada uji t diketahui nilai Sig untuk mempengaruhi harga produk terhadap penjualan produk sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai Thitung $3.158 > T_{tabel} 1.985$. Maka dapat dinyatakan bahwa harga produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk. Pada variabel media promosi diketahui nilai Sig untuk mempengaruhi media promosi terhadap penjualan produk sebesar $0,035 < 0,05$ dan nilai Thitung $2.140 > T_{tabel} 1.985$. Maka dapat dinyatakan bahwa promosi produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk. Dan pada kualitas produk diketahui nilai Sig untuk mempengaruhi kualitas produk terhadap penjualan produk sebesar $0.000 < 0,05$ dan nilai Thitung $4.890 > T_{tabel} 1.985$. Maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk.

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

ABSTRACT

The development of MSMEs in the city of Medan is recorded as a significant development when compared to the surrounding infrastructure support areas such as Deli Serdang, Langkat, Binjai and others. In this study using a quantitative method, according to Sugiyono (2018), the quantitative research method is research based on the philosophy of positivism, used to examine certain populations and samples. This study used 100 samples from Medan Sunggal District, using the cluster sampling method. The results of this study indicate that the product price, promotional media, and product quality variables have a positive and significant effect with the coefficient of determination (Adjusted R Square) of 0.319. This means that the selection is influenced by product price, product promotion, and product quality variables of 31.9%. And in the t test, it is known that the Sig value for influencing product prices on product sales is $0.002 < 0.05$ and the Tcount value is $3,158 > T_{table} 1,985$. So it can be stated that product prices have a significant effect on product sales. On the media promotion variable, it is known that the Sig value for influencing media promotion on product sales is $0.035 < 0.05$ and the Tcount value is $2,140 > T_{table} 1,985$. So it can be stated that product promotion has a significant effect on product sales. And on product quality it is known that the Sig value for influencing product quality on product sales is $0.000 > 0.05$ and the Tcount value is $4,890 > T_{table} 1,985$. So it can be stated that product quality has a significant effect on product sales.

Keywords: Price, Media Promotion, Product Quality and Sales

