

**ANALISIS HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA  
PERUSAHAAN CONVENIENCE GOODS  
(STUDI KASUS PADA PT. TAHTA  
SUKSES ABADI)**

**Justine Angkasa<sup>1</sup> Priscillia<sup>2</sup>  
Program Studi Management  
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

**Abstrak**

PT. Tahta Sukses Abadi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha swalayan atau dengan sebutan Brastagi Supermarket. Sebelum berdirinya Brastagi Supermarket, perusahaan ini berdiri dengan nama “Supermarket Club Store” yang menjual berbagai perlengkapan atau kebutuhan sehari-hari sama seperti yang terdapat di Brastagi Supermarket. Waktu penelitian bulan Februari 2023. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan dimana untuk jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Oleh disebabkan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka teknik penentuan sampel yang digunakan adalah dengan rumus Lemeshow dengan tingkat error 10% dimana didapatkan sebanyak 96 sampel penelitian. Hasil penelitian mendapatkan bahwa Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penjualan pada PT. Tahta Sukses Abadi. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan pada PT. Tahta Sukses Abadi. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan pada PT. Tahta Sukses Abadi. Secara serempak Harga, Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Penjualan pada PT. Tahta Sukses Abadi.

*Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk, Penjualan*