

**PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PADA PT
ASTRAGRAPHIA MEDAN**

EUODIA GRACE MARANATHA

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis ada tidaknya pengaruh pengembangan produk, kualitas produk, dan strategi pemasaran terhadap penjualan pada PT. Astragraphia Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Astragraphia Medan sebanyak 130 konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh, sehingga sampel yang digunakan untuk uji regresi sebanyak 100 responden dan 30 responden untuk pengujian validitas dan reliabilitas. Hipotesis diuji menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan pengembangan produk, kualitas produk, strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada PT. Astragraphia dengan hasil uji koefisien determinasi sebesar 21,8%, berarti variasi variabel dependen penjualan dapat dijelaskan oleh variabel independen pengembangan produk, kualitas produk, dan strategi pemasaran, sedangkan sisanya sebesar 78,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini. Secara parsial pengembangan produk, kualitas produk, dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.

**Kata Kunci : Pengembangan Produk, Kualitas Produk, Strategi Pemasaran dan
Penjualan**