

PENGARUH CITRA PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI PT. CAPELLA DINAMIK NUSANTARA

Stiven Kreverius Ongko¹ Jerry Gunawan² Evelyn³

Program Studi Management

Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia

Abstrak

Inti dari penelitian adalah untuk menentukan dampak citra produk, harga dan lokasi terhadap volume penjualan. Penyelidikan semacam ini bisa menjadi semacam penyelidikan grafis kuantitatif. Sifat dari pertanyaan ini jelas bersifat instruktif. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah melakukan ekspansi perusahaan pada periode tahun 2022 yang berjumlah 2.147 konsumen. Karena populasi yang digunakan sebanyak 2.147 pembeli, maka populasi tersebut akan diperkecil dengan menggunakan strategi pengujian Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10% dimana keseluruhan hasil perhitungan yang diperoleh adalah 96 sampel yang diteliti. Penelitian ini dilakukan untuk menemukan bahwa Gambar Barang mempunyai dampak positif dan penting terhadap Volume penjualan. Biaya mencakup dampak positif dan penting pada Volume penjualan. Area memiliki dampak positif dan penting terhadap Volume penjualan. Pada saat yang sama, citra produk, harga, dan lokasi mempunyai dampak penting terhadap volume penjualan.

Kata Kunci: Citra Produk, Harga, Lokasi, Volume Penjualan