

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan agar para pemasar mengetahui bahwa ada stimulus sederhana yang dapat dikembangkan untuk dapat meraih hati para konsumen untuk membeli sarung tenun tersebut agar penjualan sarung tenun terus meningkat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu, data penelitian ini diambil 6 tahun dimulai tahun 2012 hingga tahun 2017. penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini dari hasil Uji t (Parsial) $4.380 \geq t$ tabel 2.26216 dengan tingkat signifikan 0,002 dapat diketahui bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk (Y) dan variabel bebas yaitu diversifikasi produk (X_2) sebesar $3.469 \geq t$ tabel -2.26216 dengan tingkat signifikan 0,007 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan (Y). dan hasil dari Uji F (Uji Simultan) sebesar 24.093 dengan tingkat signifikan 0,000 menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1) dan diversifikasi produk (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk sarung tenun UD. Ibrahim Manrapi (Y).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Penjualan Produk.