

## ABSTRAK

Penelitian ini mencoba untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas yakni; persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap variabel terikatnya yaitu; penjualan pada PT. Multi Urethane Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga yaitu: Nilai t dihitung sebesar 4,292 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,257. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Persepsi harga berpengaruh positif terhadap penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi diperoleh nilai t hitung sebesar 6,493 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,519; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif terhadap penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 6,887 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,261; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Kualitas produk berpengaruh positif terhadap penjualan” diterima. Dari hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 65,534 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan Persepsi harga, promosi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap penjualan.

Kata kunci: Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Produk, Penjualan.

## **ABSTRACT**

*This study tries to analyze the influence of independent variables as follow; perception of price, promotion, and product quality of the dependent variable namely; sales at PT. Multi Urethane Indonesia. This research uses quantitative methods. The analysis used is multiple linear regression analysis. The results of the study showed that the results of the study showed that the perception variable price t value was 4.292 with a significance value of 0.000 less than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), and the regression coefficient had a positive value of 0.257; then this research succeeded in proving the first hypothesis which states that price perception has a positive effect on sales. The results showed that the promotion variable obtained t value of 6.493 with a significance value of 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) and the regression coefficient has a positive value of 0.519; then this research succeeded in proving the second hypothesis which states that promotion has a positive effect on sales. The results showed that the service quality variable obtained t value of 6.887 with a significance value of 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) and the regression coefficient has a positive value of 0.261; then this research succeeded in proving the third hypothesis which states that "Product quality has a positive effect on sales" is accepted. From the F test results obtained the calculated F value of 65.534 with a significance of 0,000. Because the significance value is smaller than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), this study succeeded in proving the fourth hypothesis which states the perception of price, promotion, and product quality simultaneously influence sales.*

*Keywords: perception of price, promotion ,product quality, sales.*