

## **ABSTRAK**

Dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh tarif harga, kualitas pelayanan, dan produk terhadap peningkatan penjualan pada CV. Sinergi Internusa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tarif harga, kualitas pelayanan, dan produk terhadap peningkatan penjualan. Tarif harga, kualitas pelayanan, dan produk memiliki peranan penting dalam peningkatan penjualan, karena pelanggan akan melihat dan membandingkan faktor tersebut guna melakukan pembelian ulang. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelanggan CV. Sinergi Internusa dengan jumlah sampel 32 responden dengan menggunakan rumus slovin. Teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F, dan uji T. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif harga, kualitas pelayanan, dan produk berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan. Variabel yang paling dominan mempengaruhi peningkatan penjualan pada CV. Sinergi Internusa adalah variabel kualitas pelayanan.

**Kata kunci : tarif harga, kualitas pelayanan, produk, peningkatan penjualan**

## **ABSTRACT**

*In this study discusses the effect of price rates, service quality, and products on increasing sales at CV. Sinergi Internusa. The purpose of this study was to determine the effect of price rates, service quality, and products on increasing sales. Price rates, service quality, and products have an important role in increasing sales, because customers will see and compare these factors to make repeat purchases. This research was conducted with a quantitative descriptive approach. The population used in this study were the customers of CV. Sinergi Internusa with a sample of 32 respondents using the slovin formula. The techniques used in this study are validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear analysis tests, coefficient of determination tests, F tests, and T tests. Based on the results of the study, it shows that price rates, service quality, and products have a significant effect on increasing sales. The most dominant variable affecting the increase in sales at CV. Sinergi Internusa is a variable of service quality.*

**Keywords: price rates, service quality, products, increased sales**