

ABSTRAK

Dewasa ini perkembangan produk begitu pesat sehingga produk disajikan dengan kelebihan yang cukup signifikan dari berbagai perusahaan, sehingga kebijakan-kebijakan pada produk masing-masing dijadikan alat atau strategi dalam menghadapi persaingan antar perusahaan. Penelitian ini menganalisis factor – factor *product knowledge* terhadap omzet penjualan granit merek eleganza pada PT.Catur Sentosa Adiprana Tbk. Obyek penelitian ini adalah di PT.Catur Sentosa Adiprana Tbk.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) yaitu kausalitas menjelaskan suatu hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Sampel pada penelitian ini adalah karyawan PT.Catur Sentosa Adiprana Bagian Marketing sebanyak 37 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi di gunakan sebagai sampel. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan software SPSS 17,0.

Hasil penelitian ini menunjukkan diantaranya bahwa factor-faktor *product knowledge* (kualitas produk, merek, harga dan *personal selling*) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap omzet penjualan granit merek eleganza pada PT.Catur Sentosa Adiprana Tbk. Secara parsial faktor-faktor *product knowledge* (kualitas produk, merek, harga dan *personal selling*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap omzet penjualan granit merek eleganza pada PT.Catur Sentosa Adiprana Tbk. Harga secara dominan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan granit merek eleganza pada PT.Catur Sentosa Adiprana Tbk.

Kata Kunci : *Product Knowledge*, Omzet Penjualan