

## ABSTRAK

### **Pauziah Syam Br. Pane NIM. 7193510020. Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Produk Di Grosir An-Nazla Kota Kisaran.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Penjualan Produk di Grosir An-nazla Kota Kisaran baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilaksanakan di Jl. P. Polem, Kisaran Kota, Kec. Kota Kisaran Barat, Kab. Asahan, Sumatera Utara. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 98 konsumen, dengan jumlah 4.691 konsumen, dengan jumlah sampel 98 responden. Yang menjadi responden merupakan konsumen Grosir An-nazla Kota Kisaran. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui Observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner yang pengukurannya menggunakan skala *Likert*. Data diolah dengan program SPSS 26.0 *for windows* dengan menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan Produk di Grosir An-nazla Kota Kisaran dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan Produk di Grosir An-nazla Kota Kisaran. Dan secara simultan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Penjualan Produk.

Hasil pengujian penelitian ini secara simultan menunjukkan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap penjualan produk sebesar 0,031 dengan diperolehnya nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $3,825 > 3,09$ ). Sementara secara parsial menunjukkan nilai signifikansi strategi pemasaran sebesar 0,025 dengan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,070 > 1,661$ ) dan kualitas pelayanan sebesar 0,040 dengan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,241 > 1,661$ ), sedangkan berdasarkan hasil % analisis regresi linier berganda diperoleh variabel penjualan produk (Y) sebesar 24,50%, serta variabel strategi pemasaran (X1) sebesar 14,9% dan variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 17,3%.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk. Sementara secara parsial strategi pemasaran berpengaruh dan signifikan terhadap penjualan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan produk di Grosir An-Nazla Kota Kisaran.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Penjualan Produk

## ABSTRACT

*Pauziah Syam Br. Pane NIM. 7193510020. The Influence of Marketing Strategy and Service Quality on Product Sales at An-Nazla Wholesale Kisaran City.*

This research aims to determine and explain the influence of Marketing Strategy and Service Quality on Product Sales at the An-nazla Wholesaler in Kisaran City, both partially and simultaneously. This research was carried out on Jl. P. Polem, Kisaran Kota, Kec. West Kisaran City, Kab. Asahan, North Sumatra. The population in this study was 98 consumers, with a total of 4,691 consumers, with a sample size of 98 respondents. The respondents were An-nazla Wholesale consumers in Kisaran City. The data collection technique used is through observation, interviews, literature study and questionnaires whose measurements use a Likert scale. Data were processed with the SPSS 26.0 for Windows program using the Multiple Linear Regression Analysis method. The results of the research show that Marketing Strategy has a positive and significant effect on Product Sales at the An-nazla Wholesale in Kisaran City and Service Quality has a positive and significant effect on Product Sales at the An-nazla Wholesale in Kisaran City. And simultaneously Marketing Strategy and Service Quality influence Product Sales.

The test results of this research simultaneously show that marketing strategy and service quality on product sales is 0.031 with the value  $F_{count} > F_{table}$  ( $3.825 > 3.09$ ). Meanwhile, partially, the marketing strategy significance value is 0.025 with the result  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.070 > 1.661$ ) and service quality is 0.040 with the result  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.241 > 1.661$ ), while based on the % results of multiple linear regression analysis, the product sales variable (Y) is obtained. ) of 24.50%, as well as the marketing strategy variable (X1) of 14.9% and the service quality variable (X2) of 17.3%.

The conclusion of this research shows that simultaneously marketing strategy and service quality have a significant effect on product sales. Meanwhile, marketing strategy partially and significantly influences product sales and service quality significantly influences product sales at An-Nazla Wholesale, Kisaran City.

**Keywords:** Marketing Strategy, Service Quality and Product Sales