

**THE EFFECT OF SALES STRATEGY, COMPETITIVENESS AND
PROMOTION ON THE LEVEL OF SALES
(Studies in the Screen Printing Business. bandung)**

**Ridho Facruddin
041910200**

Abstrack

The purpose of this study is to determine partially and simultaneously as well as the most dominant variables from the influence of sales strategy, competitiveness and promotion on the level of sales in the Sablon_cloth.bandung convection business. This study has a population of 300 consumers in the past year, and a sample of 100 respondents. This research uses quantitative research methods. The sampling technique used is random sampling technique.

The data analysis tools used in this study were validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, coefficient of determination, t test and F test. Based on the results of multiple linear regression research, $Y = 4.844 + 0.310X_1 + 0.184X_2 + 0.055X_3$, then the Sales Level variable (X_1) has the most dominant effect on the Sales Level in the Sablon_cloth.bandung convection business. Partial results are obtained for $t_{count} > t_{table}$, namely $X_1 = 4.171 > 1.6608$, $X_2 = 2.344 > 1.6608$ and $X_3 = 2.553 > 1.6608$. So it can be seen that the variable Sales Strategy, Competitiveness and Sales Level have a partially positive and significant relationship to Sales Level. Simultaneous F test results obtained by $F_{count} > F_{table}$, namely $20,782 > 2.70$ which states that simultaneously the variables of Sales Strategy, Competitiveness and Promotion Against Sales Levels in the Sablon_cloth.bandung business.

Keywords: Sales Strategy, Competitiveness, Promotion, Sales Level.

**PENGARUH STRATEGI PENJUALAN, DAYA SAING DAN PROMOSI
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN
(Studi Pada Usaha Sablon_cloth.bandung)**

**Ridho Facruddin
041910200**

Ringkasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial dan secara simultan serta variabel yang paling dominan dari pengaruh Strategi penjualan, Daya Saing dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan di usaha konveksi Sablon_cloth.bandung. Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 300 konsumen dalam satu tahun terakhir, dan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Random sampling*.

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda diperoleh $Y = 4,844 + 0,310X_1 + 0,184X_2 + 0,055X_3$ maka variabel Tingkat Penjualan(X_1) berpengaruh paling dominan terhadap Tingkat Penjualan di usaha konveksi Sablon_cloth.bandung. Hasil Parsial diperoleh sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $X_1 = 4.171 > 1.6608$, $X_2 = 2.344 > 1.6608$ dan $X_3 = 2.553 > 1.6608$. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel Strategi Penjualan, Daya Saing dan Tingkat Penjualan memiliki hubungan yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Tingkat Penjualan. Hasil Uji F simultan diperoleh sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.782 > 2.70$ yang menyatakan bahwa secara simultan variabel Strategi Penjualan, Daya Saing dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan di usaha Sablon_cloth.bandung.

Kata Kunci : Strategi Penjualan, Daya Saing, Promosi, Tingkat Penjualan.