

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Farah Ailsa Fauziyah

120.2018.009

Pengaruh Promosi, Harga, Daya Beli Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Penjualan Pada *Store* Kecantikan Sociolla Serta Tinjuannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung *Store* Sociolla Summarecon Mall Bekasi)

134 halaman + xvi halaman + 26 table + 5 gambar dan 4 lampiran.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh Promosi, Harga, Daya Beli dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Penjualan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli produk, menggunakan produk dan berkunjung pada *Store* Kecantikan Sociolla Summarecon Mall Bekasi yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability*, dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. (2) Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. (3) Daya Beli berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. (4) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. (5) Promosi, Harga, Daya Beli dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. *Store* Kecantikan Sociolla Summarecon Mall Bekasi telah menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syari'at Islam. Sociolla melakukan promosi yang jujur, menentukan harga sebanding dengan manfaat yang di dapat, memberikan pajak akan suatu produk yang dibeli berdasarkan aturan yang berlaku, menampilkan *store* yang bersih dan rapih untuk kenyamanan dan menawarkan keanekaragaman produk sesuai dengan kebutuhan konsumennya.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Daya Beli, Kualitas Pelayanan dan Peningkatan penjualan.

ABSTRACT

Faculty Of Economics and Business

Study Program S-1 Management

2022

Farah Ailsa Fauziah

120.2018.009

The Effect of Promotion, Price, Purchasing Power And Service Quality on Increasing Sales at the Sociolla Beauty Store and Its Review from an Islamic Perspective (Case Study on Visitors to the Sociolla Store Bekasi)

134 pages + xvi pages + 26 tables + 5 pictures + and 4 attachments.

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of testing the effect of Promotion, Price, Purchasing Power and Service Quality on Sales Increase. The sample used in this study were consumers who bought the product, used the product and visited the Beauty Store Sociolla Summarecon Mall Bekasi totaling 100 people. The sampling technique used non-probability method, with purposive sampling technique. Methods of data collection by using a questionnaire. Data analysis used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) Promotion has a positive and significant effect on increasing sales. (2) Price has a positive and insignificant effect on Sales Increase. (3) Purchasing Power has a negative and insignificant effect on Sales Increase. (4) Service quality has a positive and significant effect on increasing sales. (5) Promotion, price, purchasing power and service quality simultaneously have a significant effect on increasing sales. Beauty Store Sociolla Summarecon Mall Bekasi has implemented principles that are in accordance with Islamic law. Sociolla conducts honest promotions, determines prices in proportion to the benefits obtained, provides taxes on a product purchased based on applicable regulations, displays a clean and tidy store for convenience and offers a variety of products according to the needs of its consumers.

Keywords: *Promotion, Price, Purchasing Power, Service Quality and Sales Increase.*