

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap tingkat penjualan dengan kualitas pelayanan sebagai variabel intervening pada konsumen *House Of Smith*. Metode yang digunakan adalah *Structur Equation Modeling* (SEM) dengan Partial Least Square (PLS) 3.0. Dengan mengedarkan kuesioner sebanyak 100 responden.

Hasil analisis data menyimpulkan, terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel kualitas produk terhadap variabel kualitas pelayanan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap variabel kualitas pelayanan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap variabel tingkat penjualan. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel tingkat penjualan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel tingkat penjualan. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel kualitas produk terhadap variabel tingkat penjualan dengan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel intervening. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap variabel tingkat penjualan dengan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Produk, Harga, Tingkat Penjualan, dan Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence product quality and price have on sales levels with service quality as an intervening variable for House Of Smith consumers. The method used is Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Square (PLS) 3.0. By distributing questionnaires to 100 respondents.

The results of the data analysis concluded that there was a positive and not significant effect of the product quality variable on the service quality variable. There is a positive and significant effect of the price variable on the service quality variable. There is a positive and significant effect of the product quality variable on the sales level variable. There is a positive and insignificant influence on the level of sales. There is a positive and significant influence of service quality variables on sales level variables. There is a positive and not significant effect of the product quality variable on the sales level variable with the service quality variable as the intervening variable. There is a positive and significant effect of the price variable on the sales level variable with the service quality variable as the intervening variable.

Keywords: Product, Price, Level of Sales, and Quality of Service