

Analisis Volume Penjualan Melalui Kepercayaan Pada Produk Perusahaan Manufaktur

Oleh Djoko Santosa

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi volume penjualan produk perusahaan manufaktur melalui kepercayaan berdasarkan pengaruh country of origin, brand image dan kualitas produk Semen Dynamix. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Secara purposive sampling digunakan untuk memilih 210 responden, yang dianggap memenuhi kriteria penelitian. Alat uji SmartPLS diuji dengan metode pengolahan data Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa country of origin memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap peningkatan penjualan produk semen Dynamix. Selain itu country of origin, brand image, dan kualitas produk juga memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk semen Dynamix. Penelitian juga menemukan bahwa country of origin, brand image, dan kualitas produk memiliki pengaruh tidak langsung terhadap volume penjualan melalui kepercayaan.

Kata kunci: Country of Origin, Brand Image, Kualitas Produk, Volume Penjualan, Kepercayaan

***Analysis Of The Volume Of Sales Through Product Confidence
In The Manufacturing Companies***

By Djoko Santosa

Abstract

The purpose of this research is to evaluate the sales volume of manufacturing company products through trust based on the influence of country of origin, brand image, and product quality of Semen Dynamix. This study employs a quantitative method. Purposive sampling is used to select 210 respondents deemed to meet the research criteria. The SmartPLS tool is tested using the Structural Equation Modeling (SEM) data processing method. The research findings indicate that country of origin has an influence but is not significant on increasing sales of Semen Dynamix products. Additionally, country of origin, brand image, and product quality also have a significant influence on the sales volume of Semen Dynamix products. The study also found that country of origin, brand image, and product quality have an indirect influence on sales volume through trust.

Keywords: Country of Origin, Brand Image, Product Quality, Sales Volume, Trust