

**PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP VOLUME PENJUALAN CAT NIPPON PAINT
PADA UD. AKAR MAS DI DENPASAR, BALI**

ABSTRAK

Nippon Paint merupakan produk cat berkualitas tinggi dengan terobosan yang inovatif, sehingga disebut sebagai merek cat nomor satu di kawasan Asia Pasifik. Cat Nippon Paint menyediakan solusi cat dan pelapis yang total untuk konsumen yang beragam, cat Nippon Paint juga selalu menawarkan berbagai pilihan produk dan ribuan warna yang inovatif. Penelitian ini dibuat bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan kualitas produk terhadap volume penjualan cat Nippon Paint pada UD. Akar Mas di Denpasar, Bali. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari UD. Akar Mas di Denpasar, Bali sebanyak 100 responden dan sampel yang digunakan sebanyak 50 responden menggunakan teknik *Simple Random Sampling* yaitu melakukan pengambilan sampel secara acak melalui cara yang sederhana seperti pengundian atau menggunakan pendekatan bilangan acak. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program *Statistical Product and Services Solution (SPSS)* versi 29 *Data For Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap volume penjualan cat Nippon Paint pada UD. Akar Mas di Denpasar, Bali dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap volume penjualan cat Nippon Paint pada UD. Akar Mas di Denpasar, Bali dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Iklan (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan (Y) cat Nippon Paint pada UD. Akar Mas di Denpasar, Bali dengan hasil koefisiensi determinasi sebesar 71,2%.

Kata Kunci : Iklan, Kualitas Produk, Volume Penjualan

**THE IMPACT OF ADVERTISING AND PRODUCT QUALITY ON THE
SALES VOLUME OF NIPPON PAINT AT UD. AKAR MAS
IN DENPASAR, BALI**

ABSTRACT

Nippon Paint is a high-quality paint product with innovative breakthroughs, so it is called the number one paint brand in the Asia Pacific region. Nippon Paint provides total paint and coating solutions for diverse consumers, Nippon Paint also always offers a wide selection of products and thousands of innovative colors. This study was conducted to determine the effect of advertising and product quality on the sales volume of Nippon Paint paint at UD. Akar Mas in Denpasar, Bali. This study uses quantitative methods with the population in this study are consumers from UD. Akar Mas in Denpasar, Bali as many as 100 respondents and the sample used was 50 respondents using the Simple Random Sampling technique, namely random sampling through simple means such as drawing or using a random number approach. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using the Statistical Product and Services Solution (SPSS) version 29 Data for Windows program. The results showed that advertising (X1) has a positive and significant effect partially on the sales volume of Nippon Paint paint at UD. Akar Mas in Denpasar, Bali with a significance value of $0.001 < 0.05$. Product Quality (X2) has a positive and significant effect partially on the sales volume of Nippon Paint paint at UD. Akar Mas in Denpasar, Bali with a significance value of $0.001 < 0.05$. Advertising (X1) and product quality (X2) simultaneously have a positive and significant effect on the sales volume (Y) of Nippon Paint at UD. Akar Mas in Denpasar, Bali with a determination coefficient of 71.2%.

Keywords: Advertising, Product Quality, Sales Volume