

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat penjualan Produk Marmer Di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung”** ini ditulis oleh Fajar Ramadhan, NIM. 17402153297, pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Latar belakang dalam penelitian ini adalah Penjualan marmer di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung baik pasar domestik dan luar negeri. Permasalahan yang dihadapi dalam penjualan marmer di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung berkaitan dengan aspek penjualan Produk dan kemampuan bersaing terhadap kualitas produk marmer. Jadi perusahaan menerapkan Bauran Pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang dapat membantu mengatasi permasalahan penjualan Produk dan kemampuan bersaing terhadap kualitas produk marmer agar tercapainya tujuan dari perusahaan marmer di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap tingkat penjualan produk marmer di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung, (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap tingkat penjualan produk marmer di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung, (3) Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap tingkat penjualan produk marmer di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung, (4) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan produk marmer di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung..

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Asosiatif. Sampel yang digunakan adalah sampel yang di ambil dari 51 pemilik usaha marmer di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Tahap selanjutnya, hasil Kuensioner dianalisis menggunakan Instrumen data yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Bauran Pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk marmer di Kecamatan Campur Darat, Kabupaten Tulungagung secara parsial. Sedangkan dari hasil pengujian secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Bauran Pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) terhadap tingkat penjualan produk marmer di Kecamatan Campur Darat, Kabupaten Tulungagung. Dari hasil Uji Determinasi diketahui nilai R square tingkat penjualan usaha marmer di Kecamatan Campur Darat, Kabupaten Tulungagung dipengaruhi oleh Variabel Independen, yaitu Bauran Pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) sedangkan sisanya dijelaskan oleh Variabel diluar penelitian.

Kata kunci : Bauran Pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) dan Tingkat Penjualan Produk Marmer

ABSTRACT

Thesis with the title "**Effect of Marketing Mix On The Level of Sales of Marble Products in Campur Darat District of Tulungagung Regency**" was written by Fajar Ramadhan, NIM. 17402153297, supervisor Dr. Muhammad Aswad, M.A.

The background in this research is the sale of marble in Campur Darat District, Tulungagung Regency, both domestic and foreign markets. Problems encountered in selling marble in the Campur Darat District of Tulungagung Regency relate to aspects of product sales and the ability to compete on the quality of marble products. So the company applies a Marketing Mix (product, price, place, promotion) that can help overcome product sales problems and the ability to compete with the quality of marble products in order to achieve the objectives of the marble company in Campur Darat District, Tulungagung Regency.

This study aims (1) To determine the effect of products on the level of sales of marble products in Campur Darat District of Tulungagung Regency, (2) To determine the effect of Prices on the level of sales of marble products in the Campur Darat District of Tulungagung Regency, (3) To determine the effect of place on the level of sales of marble products in the Campur Darat District of Tulungagung Regency, (4) To determine the effect of promotion on the level of marble product sales in the Campur Darat District of Tulungagung Regency.

The method used in this study is a quantitative approach and the type of research used is associative research. The sample used was a sample taken from 51 marble business owners in Campur Darat District, Tulungagung Regency. Source of data used in this study is Primary data. The measurement in this study uses a Likert scale. In the next stage, the results of the questionnaire were analyzed using data instruments namely Validity and Reliability Test, Classical Assumption Test and Data Analysis Test to answer the problem formulation using Multiple Linear Regression Test.

The results of this study indicate that the Marketing Mix Variables (product, price, place, promotion) have a positive and significant effect on the level of marble product sales in Campur Darat District, Tulungagung Regency. While the results of simultaneous testing there is a positive and significant influence on the variable Marketing Mix (product, price, place, promotion) on the level of sales of marble products in the District of Campur Darat, Tulungagung Regency. From the results of the Determination Test it is known that the R square value of the level of marble business sales in Campur Darat District, Tulungagung Regency is influenced by the Independent Variables, namely the Marketing Mix (product, price, place, promotion) while the rest is explained by the Variables outside the research.

Keywords: Marketing Mix (product, price, place, promotion) and Marble Product Sales Rat