

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Product Terhadap Tingkat Penjualan Produk Marmer Di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan hasil statistic uji t yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari tabel *Coefficient* bahwa nilai koefisien regresi Product bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penjualan Produk Marmer Di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung yang berarti  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Rachmawati tentang Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran).<sup>66</sup>

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Product berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). Jadi, dari penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa Product merupakan strategi yang sangat penting dalam menjalankan usaha sehingga bisa mengalami peningkatan produk.

---

<sup>66</sup> Rachmawati. Rina, Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran),

**B. Pengaruh Price Terhadap Tingkat Penjualan Produk Marmer Di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan hasil statistic uji t yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari tabel *Coefficient* bahwa nilai koefisien regresi Price bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penjualan Produk Marmer Di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung yang berarti  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Rachmawati tentang Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Price berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). Jadi, dari penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa Price merupakan strategi yang sangat penting dalam menjalankan usaha sehingga bisa tercapainya tujuan perusahaan.

**C. Pengaruh Place Terhadap Tingkat Penjualan Produk Marmer Di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan hasil statistic uji t yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari tabel *Coefficient* bahwa nilai koefisien regresi Place bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penjualan Produk Marmer Di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung yang berarti  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Rachmawati tentang Peranan Bauran Pemasaran

(*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Place berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). Jadi, dari penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa Place merupakan strategi yang sangat penting dalam menjalankan usaha sehingga bisa berjalan dengan baik.

#### **D. Pengaruh Promotion Terhadap Tingkat Penjualan Produk Marmer Di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan hasil statistic uji t yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari tabel *Coefficient* bahwa nilai koefisien regresi Promotion bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penjualan Produk Marmer Di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung yang berarti  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Rachmawati tentang Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promotion berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). Jadi, dari penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa Promotion merupakan strategi yang sangat penting dalam menjalankan usaha sehingga bisa tercapainya tujuan perusahaan.

## **E. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Produk**

### **Marmer Dikecamatan CampurDarat Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas (Buran Pemasaran) yang terdiri dari product, price, place, dan promotion mempunyai hubungan positif dengan variabel terikat (Y) yaitu Tingkat Penjualan Produk Marmer di Kecamatan Campur Darat Kabupaten Tulungagung. Hal ini dapat ditunjukkan pada nilai koefisien regresi  $b_{1,2,3,4}$  dengan hasil positif yang berarti searah, jika nilai keempat variabel tersebut naik 1 satuan, maka besaran bebas lainnya konstan. Hal ini berarti bahwa product, price, place, dan promotion secara bersama-sama memiliki pengaruh tingkat penjualan Produk Marmer dikecamatan campur darat kabupaten tulungagung.

Hasil ini didukung oleh penelitian dari Rachmawati pada tahun 2011 dengan judul Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap PeningkatanPenjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran) Hasil penelitian tersebut bahwa Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) memiliki pengaruh signifikan

Sehingga product, price, place, dan promotion secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk marmer dikecamatan campur darat kabupaten tulungagung. Terlihat bahwa  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel dengan signifikansi lebih kecil. Jadi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikansi antara product, price, place,

dan promotion terhadap tingkat penjualan produk marmer dikecamatan campur darat kabupaten tulungagung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa product, price, place, dan promotion berpengaruh secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk marmer dikecamatan campur darat kabupaten tulungagung.