

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi *Marketing Mix* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Barokah Jaya Grosir Tulungagung” ditulis oleh Imelda Twistyan Adhi, NIM. 17402163192, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dibimbing oleh Bapak Dr. Muhamad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan dunia bisnis pada era modern. Hal ini membuat para pelaku usaha berlomba-lomba untuk menawarkan produk terbaik mereka. Semakin banyaknya pelaku usaha maka konsumen juga akan mempunyai banyak pilihan. Selain itu selera konsumen yang semakin beragam dengan mengikuti perkembangan zaman membuat konsumen lebih selektif dalam memilih tempat belanja. Adanya strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh Barokah Jaya Grosir Tulungagung untuk menarik konsumen, sehingga dapat bersaing di dunia bisnis grosir dan meningkatkan penjualan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* pada Barokah Jaya Grosir Tulungagung apakah berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, jenis penelitian asosiatif, teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner sebagai data primer dengan jumlah 60 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *product*, *price*, *place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat volume penjualan, sedangkan variabel *promotion* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat volume penjualan pada Barokah Jaya Grosir Tulungagung. Secara simultan variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* berpengaruh signifikan terhadap tingkat volume penjualan pada Barokah Jaya Grosir Tulungagung dengan total sebesar 60%.

Kata Kunci: *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title of "The Influence of Marketing Mix Strategy on Increasing Sales Volume at Barokah Jaya Grosir Tulungagung" was written by Imelda Twistyan Adhi, NIM. 17402163192, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Tulungagung, supervised by Dr. Muhamad Aswad, M.A.

This research is motivated by the increasingly intense competition in the business world in the modern era. This makes business people compete to offer their best products. The more business actors there are, the consumers will also have many choices. In addition, consumer tastes are increasingly diverse by following the times, making consumers more selective in choosing where to shop. The existence of a marketing strategy is very important for Barokah Jaya Grosir Tulungagung to attract consumers, so that they can compete in the world of wholesale business and increase sales.

The purpose of this study was to test the variable product, price, place, and promotion at Barokah Jaya Grosir Tulungagung whether it has a positive and significant effect on the level of sales volume.

This study uses quantitative methods, associative research types, sampling techniques using accidental sampling, data collection techniques by distributing questionnaires as primary data with a total of 60 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that the variable product, price, place has a positive and significant effect on the level of sales volume, while the variable promotion has no positive and significant effect on the level of sales volume at Barokah Jaya Grosir Tulungagung. Simultaneously, the variable product, price, place, and promotion have a significant effect on the level of sales volume at Barokah Jaya Grosir Tulungagung with a total of 60%.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion, Sales Volume