

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk pada Toko Beta Tulungagung” yang ditulis oleh Vionita Putri Meitasari, NIM. 12402183080, pembimbing oleh Dr. Asmawi, M.ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya suatu strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan. Strategi pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Dengan strategi pemasaran tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk yang akan dijual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat, dan promosi terhadap Volume Penjualan pada Toko Beta Tulungagung. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah Produk dapat berpengaruh terhadap peningkatan Volume Penjualan pada Toko Beta Tulungagung ? (2) Apakah Harga dapat berpengaruh terhadap peningkatan Volume Penjualan Toko Beta Tulungagung ? (3) Apakah Tempat dapat berpengaruh terhadap peningkatan Volume Penjualan Toko Beta Tulungagung ? (4) apakah Prmosi dapat berpengaruh terhadap peningkatan Volume Penjualan Toko Beta Tulungagung ? (5) Apakah Produk, Harga, Tempat, dan Promosi secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap peningkatan Volume Penjualan Toko Beta Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian asosiatif. Volume penjualan sebagai variabel dependen, sedangkan produk, harga, tempat, dan promosi sebagai variabel independen. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran angket atau kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan *teknik accidental sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden Toko Beta Tulungagung. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Pengolahan data dengan menggunakan computer SPSS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) secara parsial variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan Toko Beta Tulungagung dengan $t_{hitung} 4,331 > t_{tabel} 1,985$. (2) secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan Toko Beta Tulungagung dengan $t_{hitung} 2,977 > t_{tabel} 1,985$. (3) secara parsial variabel tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan Volume Penjualan Toko Beta Tulungagung dengan $t_{hitung} 2,178 > t_{tabel} 1,985$. (4) secara parsial variabel promosi berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan Toko Beta Tulungagung dengan $t_{hitung} 9,884 > t_{tabel} 1,985$. (5) secara simultan bahwa variabel produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan Toko Beta Tulungagung dengan $F_{hitung} 169,828 > F_{tabel} 2,47$.

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Peningkatan Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of the Marketing Mix on Increasing Product Sales Volume at Beta Tulungagung Stores" written by Vionita Putri Meitasari, NIM. 12402183080, supervisor by Dr. Asmawi, M.ag.

This research is motivated by the importance of a marketing strategy to increase sales volume. The marketing strategy is part of the company's management and is also a very important factor, because marketing will directly affect the smoothness and success of the company in achieving its goals. With the right and appropriate marketing strategy, the product will be easily accepted by potential consumers so that potential consumers buy the products to be sold.

This study aims to determine the effect of product, price, place, and promotion on Sales Volume at Beta Tulungagung Stores. The formulation of the problem in this study are (1) Can the product affect the increase in sales volume at the Beta Tulungagung Store? (2) Can the price affect the increase in sales volume of the Beta Tulungagung store? (3) Can Place affect the increase in Sales Volume of Beta Tulungagung Stores? (4) can promotion affect the increase in sales volume of Beta Tulungagung store? (5) Can Products, Prices, Places, and Promotions together affect the increase in Sales Volume of Beta Tulungagung Stores?

This study uses a quantitative approach with the type of research used is associative research. Sales volume as the dependent variable, while product, price, place, and promotion as independent variables. The data collection technique used is by distributing questionnaires or questionnaires. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with accidental sampling technique. The number of samples in this study were 97 respondents from Toko Beta Tulungagung. The method of analysis in this study is multiple linear regression analysis. Data processing using SPSS 23.0 computer.

The results of this study indicate that (1) partially the product variable has a positive and significant effect on the increase in sales volume of Beta Tulungagung Stores with $t_{count} 4,331 > t_{table} 1,985$. (2) partially the price variable has a positive and significant effect on the increase in sales volume of Beta Tulungagung Stores with $t_{count} 2,977 > t_{table} 1,985$. (3) partially the place variable has a positive and significant effect on the increase in Sales Volume of Beta Tulungagung Stores with $t_{count} 2,178 > t_{table} 1,985$. (4) partially the promotion variable has a positive effect on the increase in sales volume of Beta Tulungagung Stores with $t_{count} 9.884 > t_{table} 1.985$. (5) simultaneously that the product, price, place, and promotion variables affect the increase in sales volume of Beta Tulungagung Store with $F_{count} 169,828 > F_{table} 2,47$.

Keywords: *Product, Price, Place, Promotion, Increase In Sales Volume*