

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Faktor Strategi Pemasaran yang Dipertimbangkan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Toko Mega Trophy Blitar” ini ditulis oleh Dinda Tharisa Widyana Putri, NIM 126405203241, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, dengan pembimbing Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan usaha yang semakin ketat menuntut pemilik usaha untuk selalu memiliki strategi agar usaha dapat bertahan dan terus berkembang. Di tengah kondisi tersebut, menarik untuk memahami bagaimana Toko Mega Trophy dapat bertahan dalam persaingan pasar dan terus melanjutkan bisnisnya. Salah satu faktor kunci yang berperan adalah penerapan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor strategi pemasaran yang dipertimbangkan dalam meningkatkan volume penjualan di Toko Mega Trophy Blitar.

Rumusan masalah skripsi ini adalah (1) apa saja faktor-faktor dari strategi pemasaran yang dipertimbangkan dalam meningkatkan volume penjualan di Toko Mega Trophy Blitar? (2) Faktor manakah yang paling dominan dipertimbangkan dalam meningkatkan volume penjualan di Toko Mega Trophy Blitar?. penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner (angket), wawancara dan dokumentasi. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan teknik sampling yang diambil dari populasi yang sebenarnya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 karyawan Toko Mega Trophy Blitar. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, serta analisis faktor menggunakan Uji *KaiseMayer-Olkin* (KMO) dan Uji MSA (*Measure of Sampling Adequency*).

Hasil penelitian menunjukkan (1) Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam meningkatkan volume penjualan adalah faktor pelayanan dengan nilai eigenvalue 60.975, faktor produk dengan nilai eigenvalue 14.401 dan faktor harga dengan nilai eigenvalue 8.644. (2) Faktor Pelayanan menjadi faktor yang paling dipertimbangkan dalam meningkatkan volume penjualan di Toko Mega Trophy Blitar karena mempunyai nilai eigenvalue tertinggi sebesar 60.975.

ABSTRACT

The thesis with the title "Analysis of Marketing Strategy Factors Considered in Increasing Sales Volume at the Mega Trophy Blitar Store" was written by Dinda Tharisa Widyana Putri, NIM 126405203241, Department of Sharia Business Management, Supervisor Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Keywords : Marketing Strategy, Sales Volume

This research is motivated by the increasingly fierce business competition that requires business owners to always have a strategy so that their business can survive and continue to grow. In the midst of these conditions, it is interesting to understand how Toko Mega Trophy can survive in market competition and continue to continue its business. One of the key factors that play a role is the implementation of an effective marketing strategy in increasing sales volume. This study aims to find out the factors of marketing strategies considered in increasing sales volume at Toko Mega Trophy Blitar.

The formulation of this thesis problem is (1) what are the factors of the marketing strategy considered in increasing sales volume at the Mega Trophy Blitar Store? (2) Which is the most dominant factor considered in increasing sales volume at Toko Mega Trophy Blitar?. This study uses a quantitative research approach. Data collection was conducted using observation, questionnaires, interviews and documentation. The sampling technique uses sampling techniques taken from the actual population. The sample in this study was 30 employees of Toko Mega Trophy Blitar. The type of data used is primary data obtained from the questionnaire that is distributed. The data analysis techniques used were validity and reliability tests, as well as factor analysis using the KaiseMayer-Olkin Test (KMO) and the MSA (Measure of Sampling Adequency) Test.

The results of the study show that (1) The factors considered in increasing sales volume are service factors with an eigenvalue of 60,975, product factors with an eigenvalue of 14,401 and price factors with an eigenvalue of 8,644. (2) Service factor is the most considered factor in increasing sales volume at Toko Mega Trophy Blitar because it has the highest eigenvalue of 60,975.