

ABSTRAK

Penelitian ini diharapkan dapat memutuskan, adanya pengaruh pada Strategi 4P Yang Diterapkan Pada Toko Bangunan Yudha Abadi Gresik Terhadap Volume Penjualan. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Jumlah responden dalam ulasan ini berjumlah 60 konsumen Toko Bangunan Yudha Abadi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu oleh peneliti adalah Accidental Sampling (Sampel secara kebetulan). Metode analisis data yang digunakan yaitu Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik, terdiri dari (Uji Normalitas, Multikolinieritas, Heteroskedastisitas, dan Autokorelasi), analisis regresi linier berganda, Uji t dan Uji f menggunakan *Software SPSS versi 24.0 for Windows*. Hasil penelitian dapat diperoleh bahwa variabel harga, produk, lokasi dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Secara simultan variabel harga, produk, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap volume penjualan.

Kata.kunci : Strategi 4P (harga, produk, tempat, promosi), Volume Penjualan

ABSTRACT

This research is expected to be able to decide, there is an influence on the 4P strategy applied to the Yudha Abadi Gresik Building Store on sales volume. This study uses a quantitative methodology. The number of respondents in this review is 60 consumers of the Yudha Abadi Building Shop. The sampling technique used by the researcher is Accidental Sampling (sampling by chance). The data analysis method used is test validity, test reliability, test assumption classic of (normality test, multicollinearity, heteroscedasticity and autocorrelation), multiple linear regression analysis, t-test and F-test using SPSS software version 24.0 for Windows. The results of the study can be obtained that the variables of price, product, location and promotion have no significant effect on sales volume. Simultaneously the variables of price, product, location and promotion have an effect on sales volume.

Keywords : 4P Strategy (price, product, place, promotion), Trading Volume