

ABSTRAK

Studi ini berencana untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Volume Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada CV. Jaya Lestari. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan dari CV. Jaya Lestari, dengan sampel berjumlah 200 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Teknik analisis data dilakukan dengan memanfaatkan Uji validitas, Reliabilitas, Uji Asumsi klasik, Analisis Regresi Sederhana, Uji t dan Uji F menggunakan bantuan Software SPSS versi 24.0 for Windows. Hasil studi ini menunjukkan bahwa variabel Bauran Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Peningkatan Penjualan Produk Kerajinan Rotan Pada CV. Jaya Lestari.

Kata kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Peningkatan Penjualan

ABSTRACT

This study plans to determine the Effect of the 4p Marketing Mix on Sales Volume of Rattan Handicraft Products at CV. Jaya Lestari. The population in this study were customers of CV. Jaya Lestari, with a sample of 200 respondents. The sampling technique used is accidental sampling. The data analysis technique was carried out by utilizing the validity, reliability, classical assumption test, simple regression analysis, t test and F test using SPSS software version 24.0 for Windows. The results of this study indicate that the marketing strategy variable has a positive and significant simultaneous effect on the increase in sales of rattan handicraft products at CV. Jaya Lestari.

Keywords : Product, Price, Location, Promotion, Sales Increase