

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI
PENJUALAN KERIPIK BONGGOL PISANG (*Musa paradisiaca*)
(Studi Kasus UKM Moh Roji)**

Rudi, Abdul Azis Jakfar, dan Iffan Maflahah

Program Studi Teknologi Industri Pertanian Jurusan Ilmu dan Teknologi Pertanian
Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura
Jl. Raya Telang PO Box 2 Kamal Bangkalan Madura 69162
E-mail : rudythok188@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh bauran pemasaran variabel produk, harga, tempat/lokasi dan promosi secara simultan dan parsial terhadap penjualan keripik bonggol pisang pada usaha kecil menengah (UKM) Moh Roji di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif dengan regresi linear berganda. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk dengan sampel sebanyak 100 responden, pengambilan sampel dengan menggunakan simple random sampling yakni mengambil sampel secara acak kepada konsumen keripik bonggol pisang. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data regresi linear berganda, uji F (simultan) dan uji t (parsial). Hasil penelitian secara simultan membuktikan bauran pemasaran (produk, harga, tempat/lokasi dan promosi) berpengaruh signifikan terhadap penjualan keripik bonggol pisang UKM Moh Roji. Sedangkan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan keripik bonggol pisang ialah produk dan harga. Sedangkan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan keripik bonggol pisang ialah tempat/lokasi dan promosi.

Kata Kunci : Produk, harga, tempat, promosi, regresi linear berganda

ABSTRACT

This observation have a propose to give a empirically the effect of the marketing mix of product, price, place and location variables and simultaneous and partial promotions on the sale of banana hump chips in small and medium enterprises (SMEs) Moh Roji in Loceret District, Nganjuk Regency. Type of research is descriptive qualitative and quantitative descriptive with multiple linear regression. The research was conducted in Loceret Subdistrict, Nganjuk Regency with a sample of 100 respondents, taking samples banana chips. This study uses multiple linear regression data analysis techniques, F test (simultaneous) and t test (partial). The results of the study simultaneously prove that the marketing mix (product, price, place and promotion) has a significant effect on the sale of the banana chip hogger, Moh Roji. While partially negative and significant effect on the sale of banana chip chips is the product and price. Whereas the positive and significant effect on the sale of banana chip chips is the place and promotion.

Key Word: marketing mix (product, price, place promotion), selling