

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan kayu rakyat pada UD. Duas Makmur Banyuates Sampang. Data dalam melakukan penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner (Angket) teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis kepada responden. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi Produk, Harga, Promosi, Distribusi, dan volume penjualan. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden yang melakukan pembelian produk pada UD. Duas Makmur responden. Uji hipotesis dengan menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan, bauran pemasaran memiliki pengaruh sebesar 54.3% dan 51.9% ditentukan oleh faktor lain. Variabel dari bauran pemasaran yang paling memiliki pengaruh paling signifikan terhadap volume penjualan adalah Harga. Implikasi dari penelitian ini adalah agar perusahaan dapat melihat variabel dari bauran pemasaran yang paling signifikan dan meningkatkan pada variabel tersebut guna untuk meningkatkan volume penjualan kayu pada perusahaan.

Kata kunci : bauran pemasaran, volume penjualan

Abstract

This study aims to analyze the effect of the marketing mix on increasing the volume of community timber sales at UD. Duas Makmur Banyuates Sampang. The data in conducting this research is quantitative data. Sources of data used in this study is primary data. The data collection technique in this study is a questionnaire (Questionnaire) data collection techniques by asking written questions to respondents. The variables studied in this study include Product, Price, Promotion, Distribution, and sales volume. The sampling method in this study used the *purposive sampling method*. The sample in this study were 80 respondents who made purchases of products at UD. Duas Makmur respondents. Hypothesis testing using multiple linear regression shows that the marketing mix has a significant effect on increasing sales volume, the marketing mix has an influence of 54.3% and 51.9% is determined by other factors. The variable of the marketing mix that has the most significant influence on sales volume is Price. The implication of this research is that companies can see the most significant variables from the marketing mix and increase these variables in order to increase the volume of wood sales in the company.

Keywords: marketing mix, sales volume