

ABSTRAK

“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK INDOMIE DI PT. INDOMARCO ADI PRIMA”

ABILIO MAHAR SUJADA - 212362201020

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Darul _Ulum Jombang

Jl. Gus Dur No. 29 A Jombang, Jawa Timur

Dosen Pembimbing:

1. Rubait Dasururi, S.E., M.Si.
2. Betty Rahayu, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap Penjualan Produk Indomie Di PT. Indomarco Adi Prima. Penelitian kuantitatif adalah jenisnya. Penelitian ini melibatkan pemilik outlet yang bekerjasama dengan PT. Indomarco Adi Prima. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner berupa google formulir. Pengumpulan data sekunder dengan dokumentasi dan studi pustaka. Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu jumlah sampel sebanyak 30 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikoleniaritas, uji heteroskedastisitas), regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian ini menemukan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap penjualan produk, harga tidak berpengaruh terhadap penjualan produk, tempat tidak berpengaruh terhadap penjualan produk, sedangkan promosi berpengaruh terhadap Penjualan Produk. Produk, harga, tempat dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Penjualan Produk Indomie di PT. Indomarco Adi Prima.

Kata kunci: Produk, harga, tempat, promosi, penjualan.

ABSTRACT

“THE INFLUENCE OF MARKETING STRATEGY ON INDOMIE PRODUCT SALES AT PT. INDOMARCO ADI PRIMA”

ABILIO MAHAR SUJADA - 212361201020

*Management Study Program, Faculty of Economics
Darul _Ulum University, Jombang
Jl. Gus Dur No. 29 A Jombang, East Java*

Supervisor:

1. Rubait Dasururi, S.E., M.Si.
2. Betty Rahayu, S.E., M.Si.

This study aims to determine how product, price, place and promotion affect Indomie Product Sales at PT. Indomarco Adi Prima. Quantitative research is its type. This study involved outlet owners who collaborate with PT. Indomarco Adi Prima. Primary data collection was carried out using a questionnaire in the form of a google form. Secondary data collection with documentation and literature studies. Sampling using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique, namely a sample size of 30 respondents. The data analysis method used is descriptive statistical analysis, data quality testing (validity testing and reliability testing), classical assumption testing (normality testing, multicollinearity testing, heteroscedasticity testing), multiple linear regression, hypothesis testing (t-test and F-test). The results of this study found that the product did not affect product sales, price did not affect product sales, place did not affect product sales, while promotion affected Product Sales. Product, price, place and promotion together affected Indomie Product Sales at PT. Indomarco Adi Prima.

Keywords: Product, price, place, promotion, sales.