

ABSTRAK

Musliadi, (15510210) Pengaruh Pemasaran dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Tigaraksa Satria Medan. Skripsi 2019

Konsep pemasaran menilai berhasilnya suatu perusahaan apabila perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik, hal tersebut menandakan bahwa perusahaan telah memasuki era kompetisi. Selain dari hal tersebut, hal yang menjadi faktor utama pemasaran yang dapat menciptakan keputusan pembelian menyangkut empat aspek yakni produk, harga, tempat/distribusi dan promosi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Tigaraksa Satria Medan. Untuk mengetahui dan menganalisis pelayanan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Tigaraksa Satria Medan. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran dan pelayanan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Tigaraksa Satria Medan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan alat uji korelasi *product moment* dan korelasi berganda tetapi dalam praktiknya pengolahan data penelitian ini tidak diolah secara manual, namun menggunakan *software* statistik SPSS. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan berdasarkan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} = 4,228 > t_{tabel} 1,99$. dengan demikian H_0 ditolak. kesimpulannya : ada pengaruh nyata pemasaran terhadap volume penjualan. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Pelayanan berdasarkan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} 5,508 > t_{tabel} 1,99$ dengan demikian H_0 ditolak kesimpulannya : ada pengaruh signifikan bukti pelayanan terhadap volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bersaing pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan, maka volume penjualan produk perusahaan akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil uji F diatas diperoleh nilai nilai $F_{hitung} 13,734 > F_{tabel} 3,13$ dengan demikian H_0 ditolak kesimpulannya : ada pengaruh signifikan pengaruh pemasaran dan Pelayanan terhadap peningkatan volume penjualan.

Kata Kunci : Pemasaran, Pelayanan, Volumen Penjualan