

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK *BAKERY* DI TOKO NADIA ROTI, BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**LIZA AGISTI FAZRIANI**

Pesatnya perkembangan dunia berpengaruh terhadap sistem perekonomian, hal ini menyebabkan pelaku usaha mengalami tantangan dalam menjual produknya di pasaran. Perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dan mampu memuaskan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran yaitu Produk, Harga, Tempat, dan Promosi terhadap volume penjualan konsumen produk *bakery* di Toko Nadia Roti. Metode penelitian dilakukan dengan penyiapan kuesioner, selanjutnya di uji validitas dan reliabilitasnya, kemudian disebarikan kepada 100 responden. Data yang didapat dianalisis menggunakan analisis yang terdiri dari Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran dalam hal ini variabel produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan variabel harga dan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan Uji F disimpulkan bahwa Bauran Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan produk *bakery* di Toko Nadia Roti.

**Kata Kunci:** produk, harga, tempat, promosi, volume penjualan

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE APPLICATION OF MARKETING MIX IN INCREASING THE SALES VOLUME OF *BAKERY* PRODUCTS AT NADIA ROTI STORE, BANDAR LAMPUNG**

**By**

**LIZA AGISTI FAZRIANI**

The rapid development of the world affects the economic system, this causes business actors to experience challenges in selling their products in the market. Companies must have the right marketing strategy in order to compete with other companies and be able to satisfy consumers. The purpose of this study is to determine the influence of the Marketing Mix, namely Products, Prices, Places, and Promotions on the sales volume of consumers of bakery products at Nadia Roti Stores. The research method was carried out by preparing a questionnaire, then tested its validity and reliability, then distributed to 100 respondents. The data obtained were analyzed using an analysis consisting of classical assumption test, multiple linear regression test, t test and F test. The results of this study show that the marketing mix in this case product and promotion variables have a significant effect on sales volume. Meanwhile, the price and place variables have no significant effect on sales volume. So it can be concluded that the Marketing Mix together affects the sales volume of bakery products at the Nadia Roti Store.

**Keywords:** *product, price, place, promotion, sales volume.*