

ABSTRAK

**PENGARUH PENERAPAN PDCA TERHADAP EFEKTIVITAS
STRATEGI PEMASARAN**

Studi Kasus di PT Multi Inti Parahyangan Cirebon

Ruth Regina Natalia Kelana Jeversoon
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2012

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: pengaruh secara parsial dan simultan proses *plan, do, check, action* (PDCA) terhadap efektivitas strategi pemasaran di PT Multi Inti Parahyangan Cirebon. Penelitian ini merupakan studi kasus dengan populasinya adalah seluruh karyawan PT Multi Inti Parahyangan Cirebon dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 orang responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terstruktur dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Proses *plan* berpengaruh positif terhadap efektivitas strategi pemasaran di PT Multi Inti Parahyangan Cirebon. 2) Proses *do* tidak berpengaruh terhadap efektivitas strategi pemasaran di PT Multi Inti Parahyangan Cirebon. 3) Proses *check* berpengaruh positif terhadap efektivitas strategi pemasaran di PT Multi Inti Parahyangan Cirebon. 4) Proses *action* berpengaruh positif terhadap efektivitas strategi pemasaran di PT Multi Inti Parahyangan Cirebon. 5) Keseluruhan proses PDCA secara bersama – sama berpengaruh terhadap efektivitas strategi pemasaran di PT Multi Inti Parahyangan Cirebon.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PDCA IMPLEMENTATION TOWARDS THE
EFFECTIVENESS OF MARKETING STRATEGY**

A Case Study At PT Multi Inti Parahyangan Cirebon

Ruth Regina Natalia Kelana Jeversoon
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2012

The research attempts to learn: the partial and simultaneous influence of plan, do, check, action (PDCA) processes towards the effectiveness of marketing strategy at PT Multi Inti Parahyangan Cirebon. This research was a case study which the population is all employees. The number of sample was 50 respondents. The method for the sampling were Purposive Sampling and the data gathering methods were interview and questionnaires. The data analyse methods used in this research were simple linear regression analysis and multiple regression analysis. The result showed that: 1) Plan process positively influenced the effectiveness of marketing strategy at PT Multi Inti Parahyangan Cirebon. 2) Do process did not influence the effectiveness of marketing strategy at the company. 3) Check process positively influenced the effectiveness of marketing strategy at the company. 4) Action process positively influenced the effectiveness of marketing strategy at the company. 5) All PDCA processes positively influenced the effectiveness of marketing strategy at PT Multi Inti Parahyangan Cirebon.