

ABSTRAK

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN STUDI KASUS PADA COUNTER SIZZLING HOT-PLATE, FOOD COURT, TAMAN ANGGREK JAKARTA BARAT

**Famila. w
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2001**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) bagaimana pengaruh marketing mix yang meliputi : produk, harga, tempat, dan promosi terhadap peningkatan penjualan; dan (2) bagaimana hubungan marketing mix terhadap peningkatan penjualan pada Counter Sizzling Hot – Plate, Food Court, Taman Anggrek Jakarta Barat selama tahun 1997 sampai 2000. Sedangkan hipotesis yang ditetapkan adalah variabel marketing mix baik secara satu persatu maupun bersama – sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penjualan.

Data yang dikumpulkan menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, dan kuesioner (daftar pertanyaan). Teknik analisis data yang dilakukan untuk menjawab permasalahan dan menguji hipotesis adalah menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dan Analisis Korelasi Berganda.

Hasil yang diperoleh dari analisis dapat diinterpretasikan bahwa variabel marketing mix dengan penjualan terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif, selain itu ada pengaruh variabel marketing mix secara keseluruhan terhadap peningkatan penjualan.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX TOWARD INCREMENT OF SALE A CASE STUDY AT COUNTER SIZZLING HOT-PLATE, FOOD COURT, TAMAN ANGGREK JAKARTA BARAT

**Famila. W
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2001**

This research aimed to know : (1) how the marketing mix which consisted of product, price, place, and promotion influenced the increment of sale; (2) the correlation between the marketing mix with the increment of sale on Counter Sizzling Hot – Plate, Food Court, Taman Anggrek Jakarta Barat from 1997 until 2000. The hypothesis proposed in research was that the marketing mix variables both separately and simultaneously had a positive and significant influence toward the sale.

Techniques of collecting data were interview, documentation, and questionnaires. The techniques of data analysis to answer the problem and test the hypothesis were Multiple Regression Linier Analysis and Multiple Correlation Analysis.

The analysis showed that there was a very strong and positive correlation between the marketing mix variables and sale. Besides, the research also found out that the marketing mix as a whole had influenced the sale.