

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul "Strategi Marketing Mix untuk Meningkatkan Penjualan Beras: Studi pada Pabrik Beras Saudara Mitra Nusantara di Desa Sukojember" ini disusun di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, tahun 2024. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis: 1) pengaruh produk terhadap peningkatan penjualan beras, 2) pengaruh harga terhadap peningkatan penjualan beras, 3) pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan beras, dan 4) pengaruh distribusi terhadap peningkatan penjualan beras. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini mencakup: 1) Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan beras, 2) Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan beras, 3) Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan beras, dan 4) Distribusi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan beras. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui metode kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi rank Spearman dan uji signifikansi koefisien korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan penjualan beras di Saudara Mitra Nusantara di Desa Sukojember, 2) Harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan penjualan beras di Saudara Mitra Nusantara di Desa Sukojember, 3) Promosi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan penjualan beras di Saudara Mitra Nusantara di Desa Sukojember, dan 4) Distribusi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan penjualan beras di Saudara Mitra Nusantara di Desa Sukojember.

Kata Kunci : produk, harga, promosi, distribusi, peningkatan penjualan

ABSTRACT

Marketing Mix Strategy to Increase Rice Sales (Study at the Mitra Nusantara Rice Factory in Sukojember Village), Thesis, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Jember, 2024. The objectives of this research are 1) to determine the effect of products on increasing rice sales, 2) to determine the effect of price on increasing rice sales, 3) to determine the effect of promotions on increasing rice sales and 4) to determine the effect of distribution on increasing rice sales. The hypotheses in this research are 1) There is a product influence on increasing rice sales, 2) There is a price influence on increasing rice sales, 3) There is a promotion influence on increasing rice sales, 4) There is a distribution influence on increasing rice sales. The research method used in this research is descriptive quantitative. The data collection technique used in this research is the questionnaire method. Meanwhile, the data analysis technique used is Spearman rank correlation analysis and correlation coefficient significance test. From the research results, it can be seen that 1) there is a strong and positive influence of the product on increasing rice sales at Brother Mitra Nusantara in Sukojember Village, 2) there is a strong and positive influence of price on increasing rice sales at Brother Mitra Nusantara in Sukojember Village, 3) there is a strong and positive influence of promotion on increasing rice sales at Brother Mitra Nusantara in Sukojember Village, 4) there is a strong and positive influence of distribution on increasing rice sales at Brother Mitra Nusantara in Sukojember Village.

Keywords: product, price, promotion, distribution, increase in sales