

***THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON HEMATO NUGGET SALE
VOLUME OF PT DAGSAP ENDURA EATORE AT YOGYAKARTA
BRANCH***

Fela Mayfenda W.S¹⁾

ABSTRACT

This research aimed at revealing the influence of marketing mix on Hemato nugget sale volume of PT Dagsap Endura Eatore at Yogyakarta branch.

This research used survey method. There are two instruments, questioner and interview. Bivariate correlation and Alpha Cronbach were used to test the validity and the reliability respectively. Pre requisite tests, normality and homogeneity test were done. Then, the collected data were analyzed using F test and t test. The formula is as follows.

$$Y = -1298.985 + 64.850 \cdot X_1 + 97.593 \cdot X_2 + 11.530 \cdot X_3 + 153.110 X_4$$

From the equation can conclude that the most significant variable is Place variable 153.110 , then Price variable in the second with 97.593, then third variable is product variable with 64.850. Furthermore the insignificant variable is promotion variable with 11.530.

Keywords: marketing mix, sell volume

- 1) Student of Diploma III Agroindustri Gadjah Mada University

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME PENJUALAN
NUGGET HEMATO PADA PT DAGSAP ENDURA EATORE CABANG
YOGYAKARTA.**

Fela Mayfenda W.S¹⁾
12/337455/SV/02214

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* terhadap volume penjualan PT. Dagsap Endura Eatore Cabang Yogyakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Instrumen yang digunakan yaitu kuesioner dan wawancara. Adapun uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas menggunakan Korelasi *Bivariate* dan reliabilitas dengan *Alpha Cronbach*. Kemudian setelah data dinyatakan valid dan reliabel dilanjutkan dengan uji asumsi sebagai syarat uji F dan uji t kemudian setelah dinyatakan normal dan homogen dilanjutkan dengan Uji F dan Uji t. Adapun model persamaan regresi yang didapat yaitu.

$$Y = -1298.985 + 64.850 \cdot X_1 + 97.593 \cdot X_2 + 11.530 \cdot X_3 + 153.110X_4$$

Dari persamaan tersebut variabel yang paling berpengaruh yaitu variabel *Place* (X_4) sebesar 153.110, variabel kedua yaitu variabel *Price* (X_2) sebesar 97.593, dan variabel ketiga yaitu variabel *Product* (X_1) sebesar 64.850. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh adalah variabel *Promotion* (X_3) sebesar 11.530.

Kata kunci: Marketing Mix, Volume Penjualan

- 1) Mahasiswa Diploma III Agroindustri Universitas Gadjah Mada