

INTISARI

Rahmat Hidayat. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Mobil Suzuki Pada PT Prima Mobil Madura Sumenep. Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing: (I) Rusnani, SE., MM (II) Very Andrianingsih, SE.MM.

Pada hakikatnya, setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh laba yang sebanyak – banyaknya agar menunjang bertahannya suatu perusahaan. Permasalahan yang terjadi yang saat ini peneliti teliti adalah kuantitas promosi yang kurang agresif khususnya produk mobil Suzuki di PT Prima Mobil Madura Sumenep. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh adanya bauran pemasaran secara parsial maupun secara simultan terhadap volume penjualan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen PT Prima Mobil Madura Sumenep. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Accidental Sampling* yang kemudian menggunakan rumus *roscoe* diperoleh sampel sebesar 50 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Produk, Harga, Promosi dan tempat dalam bauran pemasaran mempengaruhi volume penjualan. Secara parsial, Produk, Harga, Promosi dan tempat dalam bauran pemasaran mempengaruhi volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran tersebut menjadi faktor penting untuk menarik dan menambah jumlah volume penjualan dan hal tersebut dibutuhkan untuk lebih menarik banyak konsumennya.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Promosi, Tempat, Volume Penjualan dan Sumenep