

ABSTRAK

Della Puspita Sari, 2025. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Bawang Merah di Desa Batunoni, Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, dibimbing oleh Agus Salim dan Muchriady Muchran.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi terhadap peningkatan penjualan bawang merah di Desa Batunoni, Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada petani bawang merah dengan menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial dengan menggunakan regresi linear sederhana yang dianalisis menggunakan program SPSS versi 25. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani bawang merah di Desa Batunoni, dengan jumlah responden sebanyak 86 orang. Analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan penjualan bawang merah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan bawang merah, dengan nilai t hitung sebesar 74,149 lebih besar dari t tabel sebesar 1,662 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,985 menunjukkan bahwa bauran pemasaran mampu menjelaskan sebesar 98,5% variasi peningkatan penjualan bawang merah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan strategi produk, harga, distribusi, dan promosi, maka semakin meningkat penjualan bawang merah yang dicapai oleh petani di Desa Batunoni.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Penjualan Bawang Merah.

ABSTRACT

Della Puspita Sari, 2025. Analysis of the Effect of the Marketing Mix on Increasing Shallot Sales in Batunoni Village, Anggeraja District, Enrekang Regency. Thesis, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar, supervised by Agus Salim and Muchriady Muchran.

This study aims to analyze the effect of the marketing mix, including product, price, place, and promotion, on increasing shallot sales in Batunoni Village, Anggeraja District, Enrekang Regency. Data collection techniques were conducted through observation, documentation, and distribution of questionnaires to shallot farmers using a Likert scale. Data analysis techniques used were descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis using simple linear regression, analyzed using SPSS version 25. This study employed a quantitative approach with an associative approach. The population in this study was all shallot farmers in Batunoni Village, with a total of 86 respondents. Data analysis was conducted to determine the effect of the marketing mix on increasing shallot sales. The results showed that the marketing mix had a positive and significant effect on increasing shallot sales, with a calculated t -value of 74.149, greater than the t -table of 1.662, and a significance value of 0.000, less than 0.05. The adjusted R -square value of 0.985 indicates that the marketing mix explained 98.5% of the variation in shallot sales increases. This indicates that the better the implementation of product, pricing, distribution, and promotion strategies, the greater the increase in shallot sales achieved by farmers in Batunoni Village.

Keywords: Marketing Mix, Shallot Sales.