

ABSTRAK

Fuji Dariani Mutlak 105961107321, Analisis Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pemasaran Beras Di Usaha Dagang Hardianti Kabupaten Pinrang). Dibimbing oleh Saleh Molla dan Muh. Ikmal Saleh.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga produk, saluran distribusi, dan strategi promosi terhadap kinerja pemasaran beras di Usaha Dagang Harianti, Kabupaten Pinrang. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi, kemudian diuji menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya saluran distribusi dan harga produk yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,025 dan 0,041 ($<0,05$). Sementara itu, kualitas produk dan strategi promosi tidak berpengaruh signifikan, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,892 dan 0,275 ($>0,05$). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 22,3% menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini hanya menjelaskan sebagian kecil variasi kinerja pemasaran, sementara 77,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi harga yang kompetitif dan efisiensi saluran distribusi lebih berperan dalam meningkatkan kinerja pemasaran dibandingkan kualitas produk dan strategi promosi. Oleh karena itu, pelaku usaha disarankan untuk lebih memprioritaskan harga yang menarik dan distribusi yang optimal guna meningkatkan daya saing beras di pasaran.

Kata kunci: Kinerja Pemasaran, Beras, Usaha Dagang