

ABSTRAK

Angreni Sunarwing, 2018 :Analisis Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan The Botol Sosro pada PT. Sinar Sosro Kota Makassar.

Dibawah bimbingan Bapak Dr.Agussalim HR,SE,MM selaku pembimbing I dan Bapak Muh.NurRasyid,SE,MM selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan Teh Botol Sosro pada PT. Sinar Sosro Kota Makassar. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan bulan Juli 2018.

Metode penelitian kepustakaan untuk pengumpulan data dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah *Incidental Sampling* sebanyak 100 orang. Metode analisis menggunakan analisis Deskriptif, Uji Regresi Sederhana, Koefisien Determinasi dan Uji T.

Hasil penelitian di lihat dari hasil analisis regresi sederhana. Dari hasil regresi, maka dapat disusun persamaan $Y = 11,179 + 0,263 X$ yang berarti bahwa strategi marketing mix berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan Teh Botol Sosro pada PT. Sinar Sosro Kota Makassar. Koefisien determinasi (*R-square*) sebesar 0,448 hal ini berarti bahwa variabel strategi marketing mix dapat menjelaskan 44,8% dari perubahan volume penjualan dan sisanya yaitu sebesar 55,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti. Nilai T_{hitung} untuk variabel strategi marketing mix adalah sebesar 11,259. Yang berarti secara parsial variabel strategi marketing mix berpengaruh terhadap volume penjualan.

Kata Kunci : *Strategi Marketing Mix dan Volume Penjualan.*
