

## ABSTRAK

**Nurhidayat**, 2019. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Kopi Borong pada CV. Berkat Asia Kabupaten Sinjai, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I H. AgusSalim HR dan Pembimbing II Irwan Abdullah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaranterhadap volume penjualan kopi borongpada CV. Berkat Asia Kabupaten Sinjai. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan bantuan sistem komputer (SPSS versi 20). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data laporan volume penjualan kopi borongdaritahun 2016-2018.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dijelaskan pada hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan yang diperkuat oleh hasil pengujian yang menunjukkan bahwa hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan t hitung 3,032 dengan tingkat signifikan  $0,03 < 0,05$  yang diperoleh dari pengolahan data melalui aplikasi SPSS 20.

**Kata Kunci** : Strategi Pemasaran, volume Penjualan.



## ABSTRACT

**Nurhidayat**, 2019. *Effect of Marketing Strategies on Borong Coffee Sales Volume on CV. Berkat Asia, Sinjai District, Thesis Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Advisor I H. AgusSalim HR and Advisor II Irwan Abdullah.*

*This study aims to determine the effect of marketing strategies on the volume of coffee sales borong on CV. Berkat Asia, Sinjai Regency. The type of research used in this study is descriptive quantitative with the help of computer systems (SPSS version 20). The sample used in this study is the data report on borong coffee sales volume from 2016-2018.*

*Based on the results of hypothesis testing that has been explained in the results of the study indicate that the marketing strategy has a positive and significant effect on sales volume which is reinforced by the results of testing which shows that this is strengthened and supported by t test which produces t count 3.032 with a significant level of  $0.03 < 0.05$  obtained from processing data through the SPSS 20 application.*

**Keywords:** Marketing Strategy, Sales volume.

