

## ABSTRAK

**Habriani**, 2019, Nim 105720521815. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Produk Dangke Di Kecamatan Cendana Di Kabupaten Enrekang, Skripsi program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh pembimbing I Sultan Sarda dan pembimbing II Sri andayaningsi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap produk dangke di Kecamatan Cendana di Kabupaten Enrekang. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tempat penelitian berada di Kecamatan Cendana di Kabupaten Enrekang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, kuensioner/angket, dokumentasi, dan Riset Kepustakaan. Sampel pada penelitian yaitu 50 pedagang besar dangke/memproduksi dangke dan pengecer produk dangke di Kecamatan cendana di Kabupaten Enrekang.

Hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana  $Y=15,355 + 0,597 X + 0,05$  menunjukkan bahwa nilai koefisien dari variabel X. Dan untuk hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $4,520 > 2,011$  sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produk Dangke.

**Kata Kunci** :Strategi Pemasaran, Produk Dangke, Memproduksi Dangke, Pengecer Dangke

## **ABSTRACT**

**Habriani**, 2019, Nim 105720521815. *The Effect of Marketing Strategy on Dangke Products in Cendana District in Enrekang Regency*, Thesis Management study program Makassar Muhammadiyah University. Supervised by supervisor I Sultan Sarda and supervisor II Sri andayaningsi.

The purpose of this study was to determine the effect of marketing strategies on dangke products in Cendana District in Enrekang Regency. This type of research is a type of descriptive research with a quantitative approach. The research site is in Cendana District in Enrekang Regency. Data collection methods were carried out using the method of observation, questionnaire/questionnaire, documentation, and library research. The sample in this study is 50 dangke wholesalers/dangke producers and dangke product retailers in Cendana District in Enrekang Regency.

The calculation result of simple linear regression analysis  $Y=15,355+0,597X+0,05$  shows that the coefficient value of the variable X. And for the results of the hypothesis test shows that the significance value is equal to  $0,000 < 0,05$  and the value of t arithmetic  $4,520 > 2,011$  so it can be concluded that the Marketing Strategy has a positive and significant effect on Dangke Products.

**Keywords** : **Marketing Strategy, Products, Dangke Producing, Dangke Retailers**