

RINGKASAN

Eria Nia Br. Sinuhaji. NPM. 078320127. "Pengaruh Faktor-faktor Marketing Mix Terhadap Tingkat Volume Penjualan Kartu Flexi Pada Plaza Telkom Unit Costumer Care Medan". Skripsi 2011.

Dalam menjalankan aktivitasnya ternyata target penjualan yang ditetapkan tidak tercapai, hal ini disebabkan kurang efektifnya bauran pemasaran yang dilaksanakan. Demikian pula dengan Plaza Telkom Unit Costumer Care Medan dalam memasarkan produknya yang berupa kartu flexi juga punya strategi sendiri dalam meningkatkan volume penjualan terutama melalui kebijaksanaan bauran pemasaran.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor marketing mix (harga, promosi dan distribusi) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap tingkat volume penjualan kartu flexi pada Plaza Telkom Unit Costumer Care Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli kartu flexi di Plaza Telkom Unit Costumer Care Medan selama 2 bulan, berdasarkan hal tersebut peneliti menyebarkan kuisioner setiap 1 hari sebanyak 3 orang. Jadi jumlah sampel selama 2 bulan sebanyak 180. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/*observasi* dan menyebarkan angket pada responden yang dijadikan sampel penelitian serta data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah regresi linear berganda.

Berdasarkan kesimpulan diperoleh konstanta sebesar 4,987 menyatakan bahwa jika variabel harga, promosi dan distribusi naik 1 satuan maka tingkat volume penjualan pada Plaza Telkom Unit Customer Care Medan akan meningkat sebesar 4,987. Sedangkan saran yang penulis buat yaitu dalam memberikan promosi, harus dapat diusahakan yang dapat menimbulkan kesan positif terhadap barang atau jasa dan pelayanan yang dihasilkan jangan kesan negatif.