

ABSTRAK

Rika hayati.

“ Pengaruh Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Volume penjualan Pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan”

Strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dijalankan oleh perusahaan di dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya serta untuk memperoleh laba yang diharapkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan.

Data dianalisis dan diolah dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan pengolahan data SPSS maka diketahui Strategi Pemasaran mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap peningkatan volume penjualan yakni persentase sumbangan variabel x terhadap variabel y sebesar 95,4% , hal itu juga dibuktikan dengan angka R sebesar 0,997. karena nilai korelasinya ganda berada diantara 0,80 - 1,000. kesimpulnya bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara variabel X terhadap Y , maka kenaikan jumlah Hasil Strategi pemasaran selalu diikuti oleh kenaikan volume penjualan.

Uji hipotesis yakni pada uji simultan hasil yang diperoleh adalah H_0 ditolak, dan H_a diterima maka Kesimpulannya variabel X yakni (Strategi pemasaran) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (volume penjualan pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan) dengan nilai signifikan sebesar 0,004.

Kata kunci : Strategi Pemasaran , Volume Penjualan.