

ABSTRAK

Dijaman yang semakin menglobal membuat banyaknya produk asing bebas masuk di Indonesia, hal ini membuat semakin ketatnya dunia perdagangan dan mengharuskan setiap pengusaha untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk usahanya. Banyaknya merek ban yang bermunculan membuat banyaknya model ban yang masuk ke Indonesia. Hal ini terlihat dari banyaknya merek ban asing yang marak dipasaran dan akhirnya membuat bayaknya pilihan model ban untuk konsumen dalam memperbagus penampilan mobil mereka masing-masing.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis variabel Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Ban PT. Paramita Banindo Makmur di Surabaya. Melalui penelitian ini penulis dapat mengetahui besar pengaruh yang terjadi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Ban. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuisioner terhadap 94 pelanggan Paramita ban di Surabaya, sampel diperoleh menggunakan teknik random sampling (sampel acak). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas dan uji reabilitas, analisis regresi berganda , uji F dan uji T.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisa regresi berganda dengan pengolahan data komputer SPSS v.20 , maka dihasilkan persamaan regresi adalah $Y = 11,673 + 0,342X_1 + 0,308X_2 + 0,322X_3 + 0,047X_4$. Sedangkan R square 0,379 dan multiple R=0,615, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Harga, Promosi, Kualitas Produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Volume Penjualan Produk Ban, sedangkan variabel Harga berpengaruh paling dominan terhadap Volume Penjualan Produk Ban

Kata kuncinya : Harga, Promosi, Kualitas Produk, Layanan dan Volume Penjualan Produk Ban.

ABSTRAK

In era globalisation made many foreign products come in Indonesia. It makes the world increasingly tight trade and requires each employer to determine the right marketing strategy for their business. Many brands of tires that have sprung up to make many model of tires comes in Indonesia. It can be seen from all tire brands in the market and ultimately led to a greater choice for consumers in the tire model would enhance the appearance of their car.

The purpose of this study was to analyzed the variable price, promotion, product quality, and services to increase product of tires in PT. Paramita Banindo Makmur in Surabaya. Through this research, the author can find out much influence what happens to the increase in sales volume of tire. This research was conducted by questionnaire to 94 customers Paramita Ban in Surabaya. Samples were obtained using random sampling techniques. Were analyzed using validity and reliability test, multiple regression analysis, F test and T.

based on the results of studies using multiple regression analysis with computer data processing SPSS v.20, then the resulting regression equation is $Y = 11,673 + 0,342X_1 + 0,308X_2 + 0,322X_3 + 0,047X_4$. while the R^2 multiple $R=0.379$ and $R = 0.615$, it can be concluded that price, promotion, product and service quality jointly influence the sales volume of tires, while the price variable most dominant influence on tire product sales volume.

key word: price, promotion, product quality, service and product sales volume of tires