

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, produk dan tempat terhadap peningkatan volume penjualan sinom Sitoresmi di Komplek Perumahan LANUD AURI Sidoarjo baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel penelitian diambil sebanyak 82 responden dengan teknik *by accidental*. Data diambil menggunakan kuesioner. Analisis data penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Dari hasil perhitungan regresi linier berganda menggunakan SPSS diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Nilai  $F_{hitung}$  (4,403) yang dihasilkan lebih besar dari  $f_{tabel}$  (2,02) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya secara simultan promosi, harga, produk dan tempat berpengaruh nyata terhadap peningkatan volume penjualan. Nilai  $t_{hitung}$  (2,477) lebih dari  $t_{tabel}$  (1,66488) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya secara parsial promosi ( $X_1$ ) berpengaruh nyata terhadap peningkatan volume penjualan ( $Y$ ). Nilai  $t_{hitung}$  (-1,276) kurang dari  $t_{tabel}$  (1,66488) maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya secara parsial harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara negatif terhadap peningkatan volume penjualan ( $Y$ ). Nilai  $t_{hitung}$  (3,204) lebih dari  $t_{tabel}$  (1,66488) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya secara parsial produk ( $X_3$ ) berpengaruh nyata terhadap peningkatan volume penjualan ( $Y$ ). Nilai  $t_{hitung}$  (2,244) lebih dari  $t_{tabel}$  (1,66488) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya secara parsial tempat ( $X_4$ ) berpengaruh nyata terhadap peningkatan volume penjualan ( $Y$ ). Variabel Produk yang menjadi paling dominan dengan nilai  $t_{hitung}$  3,204.

**Kata kunci : Promosi, Harga, Produk, Tempat, Volume Penjualan**

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to know the influence of promotion, price, product and place against an increase in the volume of sales sinom Sitoresmi Housing Complex LANUD AURI Sidoarjo simultaneously as well as partial. This research is quantitative research. Sample research taken as many as 82 respondents with by accidental sampling techniques. The data taken using questionnaires. The data analysis study was multiple linear regression analysis. Linear regression calculation results of multiple use SPSS obtained results showed that the value of Fhitung (4.403) produced greater than ftabel (2.02) then H0 is rejected and the H1 is accepted which means simultaneous promotion, pricing, product and place the real effect against an increase in the volume of sales. The value of thitung (2.477) over ttabel (1.66488) then H0 is rejected and the H1 is admitted that it means partially promotion (X1) real effect against an increase in the volume of sales (Y). The value of thitung (1,276) of less than ttabel (1.66488) then H0 and H1 rejected accepted meaning partially price (X2) influential negatively against the increase in the volume of sales (Y). The value of thitung (3.204) over ttabel (1.66488) then H0 is rejected and the H1 is admitted that it means partially products (X3) real effect against an increase in the volume of sales (Y). The value of thitung (2.244) over ttabel (1.66488) then H0 is rejected and the H1 is admitted that it means partially place (X4) real effect against an increase in the volume of sales (Y). Variable products that became dominant with the value thitung 3.204.*

**Keyword: Promotion, Price, Product, Place, the Volume of sales**