

ABSTRAK

Andriadi,2018. Pengaruh bauran pemasaran Terhadap volume penjualan produk semen di PT SWADAYA SENTOSA KARYA PRIMA DIKOTA BANDAR LAMPUNG Skripsi.Pembimbing selaku pembimbing Ery Baskoro, S.E., M.M, (I), dan Suryadi, S.E., M.M, selaku pembimbing (II) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Metro.

Persaingan yang semakin ketat mengharuskan setiap perusahaan untuk menerapkan strategi bauran pemasaran yang dapat mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya. Manajemen pemasaran harus mampu menciptakan suatu pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dan pada saat yang bersamaan dapat pula bersaing secara efektif. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran yaitu Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap volume penjualan produk semen pada PT. Swadaya Sentosa Karya Prima Dikota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan data *time series* selama 3 tahun.untuk pengujian hipotesis menggunakan uji F, uji t, dengan menggunakan software SPSS 24for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran dalam hal ini variabel produk, distribusi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk semen. Karena itu perusahaan harus bisa mengembangkan strategi dari segi harga. Harga harus bisa lebih ditingkatkan lagi agar volume penjualan produk semen bertambah pada PT. Swadaya Sentosa Karya Prima Dikota Bandar Lampung.

Kata Kunci: bauran pemasaran, volume penjualan