

## ABSTRACT

VIVIA JACINDA

03011170141

### THE EFFECT OF MARKETING STRATEGY ON SALES VOLUME AT CV. CALVAN JAYA, CIANJUR, WEST JAVA

(xvii + 71 pages; 8 figures; 18 tables; 6 appendices)

The purpose of doing this research is to discover the condition of marketing strategy, the condition of sales volume, and to examine the influence of marketing strategy towards sales volume at CV. Calvin Jaya. The research method applied in this research is quantitative research. The population in this study is 350 customers of CV. Calvin Jaya. This research implements random sampling method to collect data from customers. With Slovin's formula, a total of 78 customers were determined as the sample of this study. Another 30 respondents were chosen outside from the sample to test the validity and reliability of questionnaire. Simple linear regression analysis and coefficient of determination analysis were used to analyze the collected data. Based on the research result, the grand means for both marketing strategy and sales volume are in good category, with the grand mean for marketing strategy is 3.723 and for sales volume is 3.642. Accordingly, this shows that CV. Calvin Jaya has already implemented a proper marketing strategy. This study also discovered that marketing strategy has an effect on the sales volume in CV. Calvin Jaya, with a  $t_{count}$  value of 8.015, which is greater than the  $t_{table}$  value of 2.0129. The magnitude of the effect is indicated by the coefficient of determination value of 0.458, in which implies that marketing strategy influences 45.8% of sales volume at CV. Calvin Jaya.

**Keywords:** Marketing Strategy, Sales Volume, CV. Calvin Jaya

References: 23

## **ABSTRAK**

**VIVIA JACINDA**

**03011170141**

### ***PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA CV. CALVA JAYA, CIANJUR, JAWA BARAT***

(xvii + 71 halaman; 8 figur; 18 tabel; 6 lampiran)

*Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi strategi pemasaran, kondisi volume penjualan, dan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap volume penjualan pada CV. Calvin Jaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 350 pelanggan CV. Calvin Jaya. Penelitian ini menggunakan metode random sampling untuk mengumpulkan data dari pelanggan. Dengan rumus Slovin, sebanyak 78 pelanggan ditentukan sebagai sampel penelitian ini. Sebanyak 30 responden lainnya dipilih di luar sampel untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner. Analisis regresi linier sederhana dan analisis koefisien determinasi digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul. Berdasarkan hasil penelitian, nilai grand mean untuk strategi pemasaran maupun volume penjualan berada pada kategori yang baik, dengan grand mean untuk strategi pemasaran sebesar 3,723 dan untuk volume penjualan sebesar 3,642. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa CV. Calvin Jaya sudah menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini juga menemukan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap volume penjualan di CV. Calvin Jaya, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,015 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,0129. Besarnya pengaruh ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,458 yang berarti bahwa strategi pemasaran berpengaruh sebesar 45,8% terhadap volume penjualan pada CV. Calvin Jaya.*

***Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, CV. Calvin Jaya***

***Referensi: 23***