

ABSTRACT

VERDIANA

1501020190

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX TOWARDS SALES PERFORMANCE OF TRAVEL AGENT AT PT. ELITE TOUR MEDAN

(xv+61 pages; 7 figures; 36 tables; 7 appendixes)

The major challenge of companies is how to increase the sales performances so that it can go beyond the company's target. Sales performance is imperative for organizational outcomes and success. Many factor influence sales performance; and marketing mix strategy stands out as the key determinants of sales performance.

This study will centralize on one of the travel agent in Medan, which is PT. Elite Tour Medan. Based on the problem that PT. Elite Tour faced, this research is made to discuss about the influence marketing mix strategy towards sales performance of travel agent

The objective of this research is to know the definition of marketing mix strategy, the definition of sales performance, the indicators of marketing mix, the indicators of sales performance, and the influence of marketing mix strategy on sales performance of travel agent at PT. Elite Tour Medan.

In this research, the researcher will use quantitative method to obtain the data. The writer will analyse the data by using quality data test, in which consist of validity test, reliability test, and normality test. For the hypothesis test, the writer will conduct coefficient correlation test, linear regression test, determination test and hypothesis z-test by using SPSS program.

The result of this research shows that there is a positive and strong relationship between arketing strategy and sales performance of travel agent at PT. Elite Tour Medan.

Keywords: Marketing Strategy , Sales Performance, PT. Elite Tour Medan

ABSTRAK

VERDIANA

1501020190

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX TOWARDS SALES PERFORMANCE OF TRAVEL AGENT AT PT. ELITE TOUR MEDAN

(xv+61 pages; 7 figures; 36 tables; 7 appendixes)

Tantangan utama perusahaan adalah bagaimana meningkatkan kinerja penjualan sehingga bisa melampaui target perusahaan. Kinerja penjualan sangat penting untuk pencapaian dan keberhasilan organisasi. Banyak faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan; dan faktor bauran pemasaran menonjol sebagai faktor penentu utama atau kinerja.

Penelitian ini akan terpusat pada salah satu agen perjalanan di Medan, yaitu PT. Elite Tour Medan. Berdasarkan masalah yang dihadapi PT. Elite Tour Medan, penelitian ini dibuat untuk membahas tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja penjualan agen perjalanan di PT. Elite Tour Medan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui definisi bauran pemasaran, definisi kinerja penjualan, indicator bauran pemasaran, indicator kinerja penjualan dan pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja penjualan biro perjalanan di PT. Elite Tour Medan.

Di dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan data. Penulis akan menganalisis data dengan menggunakan uji kualitas data, yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas. Untuk pengujian hipotesis, penulis akan melakukan uji koefisien korelasi, uji regresi linier, uji determinasi, dan uji z hipotesis dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan kuat antara strategi pemasaran dan kinerja penjualan agen perjalanan di PT. Elite Tour Medan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran , Kinerja Penjualan, PT. Elite Tour Medan