

ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP VOLUME PEMBELIAN SALA LAUAK DI KECAMATAN PARIAMAN TENGAH KOTA PARIAMAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*) pada usaha *sala lauak* di Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume pembelian *sala lauak* di Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman. Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan terhitung dari 1 - 31 Oktober 2015. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yang merupakan salah satu dari jenis metode deskriptif. Alat analisis untuk menjawab tujuan pertama yaitu menganalisis bauran pemasaran *sala lauak* di Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman akan di analisa secara deskriptif dan Untuk tujuan kedua menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume pembelian *sala lauak* tersebut, maka analisa data yang digunakan adalah analisa kuantitatif. Berdasarkan hasil yaitu, produk *sala lauak* mempunyai bentuk bulat dengan diameter 1 cm. *Sala lauak* dijual dengan harga Rp. 250/unit. Tempat penjualan *sala lauak* tidak jauh dari rumah produsen. Promosi proses penyebaran informasi produk *sala lauak* oleh produsen dilakukan dari mulut ke mulut. Variabel yang diamati memiliki pengaruh positif terhadap volume pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran tidak berpengaruh secara serempak terhadap volume pembelian. Hasil uji T menunjukkan hanya variable distribusi yang secara individu berpengaruh nyata terhadap volume pembelian. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,227 artinya seluruh variabel yang diamati mempengaruhi volume pembelian sebesar 22,7 % dengan tingkat korelasi yang diamati sebesar 0,476. Saran untuk usaha, perlu dilakukannya penelitian lanjutan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap volume pembelian *sala lauak* dengan mengembangkan variabel yang lebih luas dan disarankan kepada produsen untuk mendaftarkan izin usaha dan merek dagang ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pariaman demi keberlangsungan dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran, Sala Lauak, Volume Pembelian, Analisis Regresi*

MARKETING MIX ANALYSIS OF VOLUME PURCHASES SALA LAUAK IN KECAMATAN PARIAMAN TENGAH KOTA PARIAMAN

ABSTRACT

This study aimed to analyze the marketing mix product, price, distribution, and promotion on the business *sala lauak* in Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman and analyze the effect of the marketing mix to the volume of purchases *sala lauak* in Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman. This research was conducted during the months from October 1 to 31, 2015. The research method used in this study is a survey method which is one of the types of descriptive methods. The analytical tool to answer the first objective is to analyze the marketing mix of *sala lauak* in Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman will be analyzed descriptively and for the second goal is to analyze marketing mix influence on the volume of purchases *sala lauak*, then analyzes the data used is quantitative analysis. Based on the results, namely, *sala lauak* product has a round shape with a diameter of 1 cm. *Sala lauak* sold at a price of Rp. 250/ unit. The sales place of *sala lauak* not far from the home manufacturer. Promotional product information dissemination process *sala lauak* by manufacturers conducted by word of mouth. Variables were observed to have a positive influence on the volume of purchases. The F test results indicate that the marketing mix variables simultaneously has no effect on the volume of purchases. T test results showed only variable distribution individually significant effect on the volume of purchases. Rated R Square obtained amounted to 0.227 means all the observed variables affect the volume of purchases by 22.7% with the level observed correlation of 0.476. Suggestions for business, needs to do further research on the influence of marketing mix to volume purchase by developing variable *sala lauak* broader and advisable for manufacturers to register a business license and trademark to the Department of Industry and Trade of Pariaman for the continuity and sustainability of the business.

Keywords: *Marketing Mix, Sala Lauak, Volume Purchase, Regression Analysis*