

## **BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV USAHA TANI GAYO ACEH TENGAH**

**Sinema Nazira Rizky**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada CV. Usaha Tani Gayo Aceh Tengah. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen CV. Usaha Tani Gayo yang pernah membeli produk. Dengan jumlah populasi yang tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 50 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel *convenience sampling*. Merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan saja, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan kuesioner. Pengujian statistik yang digunakan adalah analisis uji validitas dan uji reliabilitas. Dari uji validitas  $r$  hitung  $> r$  tabel. Sehingga seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dari uji reliabilitas adalah 0,71 lebih besar dari 0,60 yang menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa indikator dari bauran pemasaran yaitu Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi memiliki peranan penting untuk dapat meningkatkan penjualan kopi pada CV. Usaha Tani Gayo yang secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,01.

**Kata Kunci :** *Bauran Pemasaran*



## **MARKETING MIX IN INCREASING SALES AT CV USAHA TANI GAYO CENTRAL ACEH**

**Sinema Nazira Rizky**

### **Abstract**

*This study aims to determine the marketing mix in increasing sales at CV. Usaha Tani Gayo Aceh Tengah. The population in this study were all consumers of CV. Gayo Farmer's Business who have bought products. With an unknown population size. The sample in this study amounted to 50 respondents. The sampling technique in this study used convenience sampling techniques. It is a sampling technique based on chance alone, namely anyone who happens to be found suitable as a data source. The data collection techniques were carried out through observation and questionnaires. Statistical testing used is validity test analysis and reliability test. From the validity test  $r_{count} > r_{table}$ . So that all the instruments used in this study are valid and from the reliability test is 0.71 greater than 0.60 which indicates that the instrument used to measure the variables of this study can be said to be reliable. The conclusion of this study is that the variables of the marketing mix, namely Product, Price, Distribution, and Promotion have an important role in increasing coffee sales at CV. Usaha Tani Gayo which overall has an average value of 4.01.*

**Keywords:** Marketing Mix