

ABSTRAK

Gulo Pilipus, 2025. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Mandrehe Kabupaten Nias Barat. Skripsi. Pembimbing Serniati Zebua, SE., M.si

Penjualan kartu perdana PT. Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Mandrehe mengalami penurunan yang signifikan dan fluktuatif dari bulan April hingga Desember 2024, meskipun sempat meningkat pada awal tahun. Hal ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam strategi pemasaran perusahaan, seperti jaringan/sinyal yang tidak stabil, harga yang kurang kompetitif, dan pelayanan pemasaran yang lambat dalam merespons keluhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh strategi pemasaran telkomsel terhadap volume penjualan pada PT. Narindo Solusi Telekomunikasi Tap Mandrehe Kabupaten Nias Barat dan seberapa besar pengaruh pengaruhnya. Metode yang digunakan pada penelitian ini metode penelitian kuantitatif, dengan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuisioner kepada responden. Dalam penelitian ini, yang adalah uji validitas dan reabilitas, uji koefisien kolerasi, uji asumsi klasik dengan dua uji yang digunakan yaitu uji normalitas dan uji linearitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi dan uji T. Penelitian ini dilakukan di PT. Narindo yang terletak di Desa Fadoro, Kecamatan Mandrehe, Kabupaten Nias Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk hasil uji hipotesis diperoleh dari nilai t hitung sebesar 8,263 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dimana batas signifikan sebesar 0,05 dengan nilai t tabel sebesar 6,789 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel ($6,789 > 2,034$) yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh strategi pemasaran volume penjualan pada PT. Narindo. Dan untuk uji koefisien determinasi R Square (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.583 yang kemudian dimasukkan ke dalam rumus $KD = r^2 \times 100\%$ atau $KD = 0,583 \times 100\% = 58,3\%$. Sehingga pengaruh strategi pemasaran terhadap volume penjualan sebesar 58,3% dan selebihnya yang 41,7% dipengaruhi oleh variabel lain selain strategi pemasaran yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Gulo Pilipus, 2025. The Influence of Marketing Strategy on Sales Volume at Pt. Narindo Telecommunication Solutions Tap Mandrehe West Nias Regency. Thesis. Supervisor Serniati Zebua, SE., M.si

The sale of the starter pack of PT. Narindo Tap Mandrehe Telecommunication Solutions experienced a significant and fluctuating decline from April to December 2024, although it had increased at the beginning of the year. This indicates problems in the company's marketing strategy, such as unstable network/signals, less competitive prices, and slow marketing services in responding to customer complaints. This study aims to find out whether there is an influence of Telkom's marketing strategy on sales volume at PT. Narindo Telecommunication Solutions Tap Mandrehe West Nias Regency and how much influence it has. The method used by the researchers is qualitative, with technique of a linear regression of the line. The data collection technique used in this study was the distribution of questionnaires to respondents. In this study, which is a validity and reliability test, correlation coefficient test, classical assumption test with two tests used, namely normality test and linearity test, simple linear regression test, determination coefficient test and T test. This research was conducted at PT. Narindo which is located in Fadoro Village, Mandrehe District, West Nias Regency. The research results showed that the results for the hypothesis test results obtained by a calculation of 8,263 with a significant value of 0.000. Dimalnaltals mean 0.05 with a tally of 6,789 that shows the value of $t_{count} (6,789 > 2,034)$ that is alrtinyal Something is accepted and H_0 is accepted. So that the dalpalt was concluded balhwal aldal the influence of the strategi pemalsalraln the volume of the sellers of PT. Narindo. The data for the test of the R Square (R^2) determination coefficient was obtained before 0.583 i.e. then it was mammalized to the formula $KD r^2 \times 100\%$ altalu $KD = 0.583 \times 100\% = 58.3\%$. So that the influence of the distribution distribution of the distribution is 58.3% compared to the remaining 41.7% influenced by the valrialbel circulation of the distribution of the same research.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume.