

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Minyak Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Pt. Incasi Raya Silaut. Metode penumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner, dengan populasi 382 orang sampel 100 responden yang di dapatkan dari slovin. Metode analisi yang digunakan adalah analisi jalur menggunakan smarthpls 4.0. Hasil penelitian yang ditemukan adalah a) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Incasi Raya Silaut, b) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Incasi Raya Silaut, c) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Incasi Raya Silaut, d) Tidak Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Incasi Raya Silaut, e) Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Incasi Raya Silaut, f) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Melalui Kepuasan Konsumen, sehingga Kepuasan konsumen mampu untuk memediasi pengaruh strategi pemasaran terhadap volume penjualan Pada PT. Incasi Raya Silaut, g) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Melalui Kepuasan Konsumen sehingga Kepuasan konsumen mampu untuk memediasi pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan Pada PT. Incasi Raya Silaut.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, Volume Penjualan Dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACK

This study aims to examine how much influence marketing strategy and product quality have on oil sales volume with consumer satisfaction as an intervening variable at Pt. Incasi Raya Silaut. The data collection method is through surveys and distributing questionnaires, with a population of 382 people, a sample of 100 respondents obtained from Slovin. The analysis method used is path analysis using SmartHP 4.0. The research results found are a) There is a positive and significant influence between Marketing Strategy on Consumer Satisfaction at PT. Incasi Raya Silaut, b) There is a positive and significant influence between product quality and consumer satisfaction at PT. Incasi Raya Silaut, c) There is a positive and significant influence between the Influence of Marketing Strategy on Sales Volume at PT. Incasi Raya Silaut, d) There is no positive and insignificant influence between the effect of product quality on sales volume at PT. Incasi Raya Silaut, e) There is no positive and significant influence between the effect of consumer satisfaction on sales volume at PT. Incasi Raya Silaut, f) There is a positive and significant influence between the Effect of Marketing Strategy on Sales Volume Through Consumer Satisfaction, so that consumer satisfaction is able to mediate the effect of marketing strategy on sales volume at PT. Incasi Raya Silaut, g) There is a positive and significant influence between the effect of product quality on sales volume through consumer satisfaction so that consumer satisfaction is able to mediate the effect of product quality on sales volume at PT. Incasi Raya Silaut.

Keywords: Marketing Strategy, Product Quality, Sales Volume and Consumer Satisfaction