

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya hal yang paling berperan penting untuk mencapai suatu tujuan yang maksimal adalah dengan memulai dari hal yang paling menunjang untuk mencapainya suatu tujuan tersebut yaitu, pemasaran. Maka perlulah dilakukan yang namanya pengelolaan atau pengembangan yang bertujuan untuk menciptakan pemasaran yang produktif. Dengan pengembangan dan pengelolaan pemasaran yang baik maka dengan mudah perusahaan dapat menghadapi dan menyelesaikan tuntutan baik dimasa sekarang atau masa yang akan datang.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk yang berkualitas menjadikan persaingan semakin ketat dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang, secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu

produk yang ditawarkan. Hal inilah yang menjadikan peran promosi penting untuk perusahaan. Dengan promosi perusahaan dapat mengkomunikasikan. Tujuan perusahaan yang dapat terpenuhi akan menimbulkan kepuasan bagi perusahaan dan karyawan yang bekerja didalamnya.

Pada saat ini semakin berkembangnya marketing yang semakin canggih di era modern ini. Persaingan pada era globalisasi dan teknologi juga sangat ketat, lingkungan cepat berubah dan perusahaan dituntut mempunyai keunggulan bersaing (*competitive Advantage*) secara berkesinambungan berusaha. Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan penting yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia kurang lebih dari 290 juta ton minyak dikonsumsi setiap tahun, umumnya masyarakat Indonesia banyak menggunakan minyak goreng yang berasal dari nabati, seperti : minyak kelapa sawit, kopra, kacang kedelai, biji jagung (lembaganya), biji bunga matahari, biji zaitun (olive).

Minyak goreng berfungsi sebagai medium penghantar panas, nambah rasa gurih, menambah nilai gizi dan kalori dalam pangan. Minyak goreng yang dikonsumsi sangat erat bagi kesehatan kita. Minyak goreng yang beredar di pasaran ada dua macam yaitu minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Minyak goreng curah merupakan minyak goreng yang bermutu rendah karena dalam proses pembuatan mengalami penyaringan secara alami satu kali sehingga masih mengandung minyak fraksi.

Seiring dengan berkembangnya marketing yang semakin canggih di era modern ini, banyak perusahaan yang tumbuh dan berkembang pesat. Begitu juga konsumen,

dengan berbagai banyak produk, tentunya konsumen semakin cerdas dan kompetitif didalam memilih produk yang sesuai untuk dikonsumsi. Dengan semakin cerdasnya konsumen menimbulkan persaingan yang ketat produsen dalam usaha merebut perhatian konsumen yang ada di pasar untuk membeli produknya.

Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan. Mengingat semakin ketatnya persaingan dalam bisnis dan kondisi perekonomian yang tidak menguntungkan, memaksakan para pengusaha untuk selalu giat berusaha agar perusahaan dapat tetap menghasilkan laba yang maksimal, sehingga membantu perkembangan usahanya.

Volume penjualan PT. Incasi Raya Silaut masih sangat naik turun, diperoleh dari data bahwa ada beberapa penyebab naik turun volume penjualan karena kualitas produk yang masih rendah, sehingga menyebabkan kepuasan konsumen menurun. Sehingga perusahaan melakukan strategi pemasaran artinya untuk meningkatkan volume penjualan dapat menggunakan strategi pengembangan pasar, yaitu strategi yang bertujuan untuk memperluas pasar sehingga dapat meningkatkan penjualan dan kualitas produk pada PT. Incasi Raya Silaut.

Dalam sebuah perusahaan tentunya volume penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam mencapai tujuan dan sasaran yang sudah ditetapkan. Menurut Keenan, (2019) apabila pemimpin mampu mengelola organisasi dengan baik serta

mendayagunakan secara optimal, artinya untuk meningkatkan volume penjualan dan kualitas produk yang baik maka perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Semakin tinggi biaya distribusi yang dikeluarkan maka semakin luas wilayah pemasaran produk yang tentunya akan dipengaruhi volume penjualan produk yang dihasilkan perusahaan.

Dalam kenyataan tingkat volume penjualan terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor yang antara lain meliputi kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, biaya, tujuan manajer, persaingan. Menurut Suryani, (2019) harga merupakan suatu barang penentu bagi permintaan pasar, oleh karena itu harga dapat dipengaruhi oleh luasnya pangsa pasar atau besarnya volume penjualan dari produk yang dihasilkannya. Bagi suatu perusahaan harga tersebut Michael R. Czinkotal, (2021) merupakan pendapatan bersih dan juga merupakan keuntungan bersih.

Faktor lain yang sangat berpengaruh dengan volume penjualan adalah biaya promosi, promosi merupakan unsur penolong untuk menggerakkan permintaan tambahan untuk menciptakan penjualan ulang, terutama untuk memperkenalkan produk baru agar dapat diterima masyarakat. Jika pada masa lalu dimana persaingan kurang begitu tajam, para penjual dan produsen praktis menentukan kehendaknya sendiri tanpa memperhatikan kepentingan konsumen, maka dewasa ini justru konsumen yang menentukan berhasil tidaknya suatu produk dari para penjual dan produsen harus secara efektif dan

teratur mampu menawarkan, mendekati dan membujuk konsumen dengan cara yang tepat dan menarik.

Minyak (CPO) memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia yang dipandang dari aspek ekonomi, tenaga kerja, lingkungan hidup, social, budaya, dan politik. Dalam rangka menjamin ketersediaan minyak (CPO) nasional terutama minyak dengan merek Sari Murni PT. Incasi Raya Silaut menjalin hubungan dengan beberapa mitra kerja bisnisnya.

Perkembangan dunia pemasaran khususnya dibagian penjualan minyak tidak terlepas dari persaingan yang ketat. PT. Incasi Raya Silaut dituntut untuk lebih kreatif dan berinovasi agar tetap bisa bertahan untuk mempertahankan strategi pemasaran. Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha bersifat dimana yang selalu mengalami perubahan yang terjadinya setiap saat dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya dan pada bidang pemasaran khususnya. Disamping itu strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau paduan pada beberapa sasaran pasar. Melihat penting strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan PT. Incasi Raya Silaut.

Perkembangan dunia usaha semakin sulit, tidak terlepas dari persaingan yang ketat. Dalam sebuah persaingan, perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan berinovasi agar tetap bisa bertahan untuk mempertahankan volume penjualan minyak

di PT. Incasi Raya silaut. PT. Incasi Raya Silaut merupakan salah satu perusahaan pengolahan minyak kelapa sawit yang. Perusahaan ini mengolah minyak kelapa sawit kasar (CPO) menjadi minyak goreng Gurih dan Sari Murni. PT. Incasi Raya Silaut memiliki beberapa gudang yang memiliki fungsi yang berbeda-beda, salah satu diantaranya adalah gudang bahan kemasan. Fungsi dari gudang bahan kemasan ini adalah sebagai tempat penyimpanan bahan kemasan berupa biji plastik, jerigen, penutup jerigen, cap, lakban serta stiker sebelum disalurkan ke bagian pengemasan.

Perusahaan dituntut efisien disetiap ini untuk memenangkan persaingan bisnis atau bahkan hanya sekedar mempertahankan konsistensi perusahaan. Perusahaan dalam meraih kesuksesan ditentukan oleh beberapa faktor pendukung yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Pemasaran yang sangat berkualitas, teknologi canggih, fasilitas memadai dan modal, itulah beberapa faktor penentu kesuksesan pada umumnya. Namun ada faktor lain yang berperan dalam kesuksesan perusahaan yaitu peningkatan volume penjualan. Strategi pemasaran yang dimiliki sebuah perusahaan juga memiliki peran penting dalam perkembangan dan kesuksesan sebuah perusahaan atau organisasi dalam peningkatan volume penjualan produknya.

Dalam memasarkan suatu produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, diperlukan suatu pendekatan yang mudah dan fleksibel yang biasa disebut sebagai bauran pemasaran (marketing mix). Marketing mix atau yang diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi empat bauran pemasaran yaitu: produk, harga, tempat, dan promosi. Kondisi persaingan pasar minyak goreng di Sumatera Barat khususnya

Kota Padang memiliki persaingan yang sangat ketat. Jika kita melihat jumlah penduduk di Kota Padang berada pada angka 909.040 jiwa pada tahun 2021. Jika kita lihat dari jumlah merek produk minyak goreng yang bersaing di Kota Tarutung ada tujuh merek, diantaranya Fortune, Filma, Family, Sanco, Sania, Falmanco dan Salvaco. Jika dilihat dari segi harga, produk minyak goreng merek Fortune menawarkan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan merek produk lainnya, sementara harga yang paling rendah adalah merek Sari Murni karena memiliki jalur distribusi yang pendek ditambah dengan adanya strategi promosi pemasaran dari PT. Incasi Raya Silaut sebagai perusahaan distributor minyak goreng merek Sari Murni, sehingga merek ini dapat memenangkan persaingan volume penjualan

Volume penjualan Menurut Basu Swastha, (2019) volume penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu maka ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, bagi pihak lain penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyapaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama. Menurut Karim, (2019) mengungkapkan beberapa hal yang berkaitan dengan volume penjualan yaitu : “volume penjualan adalah tingkat penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu.”jadi penjualan dapat dikatakan sebagai hasil kegiatan penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupee).

Untuk lebih meningkatkan volume penjualan minyak goreng, maka pihak perusahaan PT. Incasi Raya Silaut memperhatikan strategi bauran pemasaran dimana bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam membeli minyak goreng pada setiap konsumen juga berbeda. Oleh karena itu PT. Incasi Raya Silaut menyediakan kebutuhan masyarakat berupa minyak goreng yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk lain.

PT. Incasi Raya Silaut dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan sistem pemasaran yang efektif, serta strategi-strategi yang khusus dalam meningkatkan pasar konsumen yang ada. Strategi pemasaran tersebut adalah strategi tentang *Marketing mix* yaitu *product* (produk), *price* (Harga), *places* (distribusi) dan *promotion* (promosi). Peningkatan penjualan minyak (CPO) dapat menentukan peningkatan volume penjualan dan posisi PT. Incasi raya Silaut. Penguasaan pangsa pasar sangat tergantung pada kemampuan dan dalam memanfaatkan volume penjualan Minyak (CPO) seperti bagaimana mempromosikan harga produk, bagaimana strategi peningkatan volume penjualan dengan pesaing yang ada.

Menurut Marrus Umar, (2019) strategi pemasaran merupakan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diterapkan oleh para pelanggan di masa depan. Program pemasaran

terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk.

Menurut Sunyoto, (2021) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan/kebutuhan konsumen, produk juga dapat didefinisikan sebagai atribut fisik, psikologi, dan simbolis yang biasa menghasilkan kepuasan maupun manfaat bagi konsumen. Menurut Keenan, (2019) sekelompok atribut penting dalam suatu produk akan mempengaruhi sikap puas/ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu. Dengan adanya kualitas yang bagus dan terpercaya, produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen karena konsumen bersedia membayar sejumlah yang untuk membeli produk yang berkualitas.

Menurut Umar, (2020) mengatakan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Irawan, (2021) kepuasan konsumen ialah hasil akumulasi pelanggan dalam menggunakan barang atau jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila memperoleh nilai atau manfaat dari suatu barang atau jasa.

PT. Incasi Raya Silaut merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan dan pengolahan kelapa sawit . PT. Incasi Raya Silaut berdiri pada 20 Maret 1997. Perusahaan ini mengelolah kelapa sawit kasar (CPO) menjadi produk minyak goreng, yaitu minyak goreng Gurih dan Sari Murni. Kantor pusat perusahaan

berlokasi di padang (Sumatera Barat), bergabung dengan kantor pusat dari perusahaan satu grup dengan lain dari Grup Incasi Raya. Industri kelapa sawit terdiri dari beberapa segmen industry yaitu budidaya perkebunan, pabrik kelapa sawit, industri pengolahan, dan perdagangan. Umumnya industri yang banyak diusahakan di Indonesia adalah perkebunan memproduksi minyak sayur yang bermerek Sari Murni. Dalam perusahaan ini tentunya pemimpin perusahaan mempunyai harapan yang besar pada volume penjualan yang bersumber dari kinerja perusahaan. Keberhasilan PT. Incasi Raya tergantung pada strategi pemasaran dan kualitas produk, maka dari itu PT. Incasi Raya berusaha meningkatkan kualitas produk dengan harapan apa yang menjadi tujuan perusahaan tercapai secara maksimal.

Untuk mengetahui jumlah penjualan Minyak Sari Murni dikemukakan pada table 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Penjualan minyak Sari Murni Januari- Desember tahun 2022

Bulan	Jumlah Penjualan	Persentase %
Januari	27.000 .000	14,38%
Februari	26.000.000	16,69%
Maret	32.500.000	16,36%
April	31.000.000	17,97%
Mei	27.000.000	16,94%
Juni	35.500.000	19,13%
Juli	36.000.000	19,26%
Agustus	33.000.000	18,49%
September	35.500.000	19,13%
Oktober	30.000.000	17,72%
November	37.000.000	19,52%
Desember	38.000.000	20,97%
Total	388.500.000	100%

Sumber : Laporan penjualan minyak PT. Incasi Raya Silaut periode Januari-Desember 2022

Dari tabel di atas menunjukkan data penjualan minyak Sari Murni pada bulan Januari-desember 2022. Pendapatan terbesar terjadi pada bulan desember 2022 total penjualan Rp 38.000.000 dengan persentase 20,97% dan penjualan terendah terdapat pada bulan february dan total penjualan Rp 26.000.000 dengan persentase 16,69% . Namun pada bulan lainnya penjualan cenderung naik turun. Dimana hal ini disebabkan oleh strategi pemasaran yang belum optimal yang dilakukan oleh PT. Incasi Raya Silaut dan kualitas produk yang masih rendah, sehingga menyebabkan kepuasan konsumen menurun pada PT. Incasi Raya Silaut. Dimana strategi pemasaran, kualitas produk dan kepuasan konsumen merupakan faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan.

Diketahui bahwa nilai volume penjualan minyak perusahaan PT. Incasi Raya Silaut terus mengalami fluktuasi dari tahun ketahun. Terjadinya fluktuasi nilai penjualan dipengaruhi oleh banyak penyebab, salah satunya adalah disebabkan adanya kebijakan penentu segmen, targetting dan positioning dari calon pelanggan. Oleh sebab itu analisis terhadap strategi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan minyak sangat penting untuk dilaksanakan

Hal ini mempengaruhi citra dari PT. Incasi Raya Silaut dan produk bisnisnya kepada konsumen yang membeli minyak karena citra perusahaan sering digunakan sebagai informasi tentang kualitas Produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut sehingga sangat dibutuhkan komunikasi pemasaran yang tepat dalam rangka pengenalan produk PT. Incasi Raya Silaut lebih mendalam.

Menurut Firmansyah, (2019) komunikasi pemasaran merupakan bauran yang digunakan oleh perusahaan untuk memberitahukan dan mempengaruhi konsumen terhadap produk dan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Santika & Antari, (2019) strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Indryanto & solovida, (2019) strategi pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siagian & Batam, (2019) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fadillah, (2019) kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Menurut Santika & Antari, (2019) strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen produk, distribusi, dan harga.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Arifa & Muhsin, (2019) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan Tonga & Huda, (2020) kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erlina, (2019) strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Siagian & Batam, (2019) strategi pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Sundari & Oktifitasari, (2019) kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Sriwidawati, (2019) kepuasan konsumen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan

Hal itu tentu menjadi masalah yang perlu mendapat perhatian serta akan menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti. Dalam fenomena diatas maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah strategi pemasaran, kualitas produk, kepuasan pelanggan, volume penjualan mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dan juga tidak konsisten hasil penelitian terdahulu. Maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul yaitu : **“Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Minyak Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di PT. Incasi Raya Silaut”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran dalam penjualan produk minyak Sari Murni yang dilakukan belum maksimal oleh PT. Incasi Raya Silaut.
2. Kualitas produk PT. Incasi Raya Silaut yang masih kurang diminati oleh masyarakat.
3. Volume Penjualan yang kurang karena kepuasan konsumen terhadap PT. Incasi Raya Silaut tidak meningkat.

4. Kepuasan konsumen di PT. Incasi Raya Silaut belum optimal dinilai dari sudut pandang konsumen.
5. Banyaknya saingan pada jenis merek produk lain dengan kualitas yang sama dengan produk minyak Sari murni PT. Incasi Raya Silaut.
6. Rancangan (*design*) belum menonjol antara para pesaingnya.
7. Kurang optimalnya promosi yang dilakukan PT. Incasi Raya Silaut.
8. Gaya pada produk belum terlihat berbeda antara produk dari pesaing.
9. Minat beli yang kurang pada konsumen karena kepercayaan konsumen terhadap PT. Incasi Raya Silaut yang tidak meningkat.
10. Banyaknya mini market lain yang menjual produk yang sama

1.3 Batasan Masalah

Agar terfokusnya penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan Strategi Pemasaran (X1) dan Kualitas Produk (X2) sebagai variabel bebas kemudian Volumen Penjualan (Y) sebagai variabel yang terikat dan kepuasan konsumen (Z) di PT. Incasi Raya

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Incasi Raya Silaut?
2. Apakah kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Incasi Raya Silaut?
3. Apakah strategi Pemasaran berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Incasi Raya Silaut?

4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Incasi Raya Silaut?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap volumen penjualan pada PT. Incasi Raya Silaut?
6. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap volume penjualan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di PT. Incasi Raya Silaut?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di PT. Incasi Raya Silaut

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada PT. Incasi Raya Silaut.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap Volume Penjualan pada PT. Incasi Raya Silaut.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap volume penjualan pada PT. Incasi Raya Silaut.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Incasi Raya Silaut.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan konsumen terhadap terhadap volume penjualan pada PT. Incasi Raya Silaut.

6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan dan kepuasan konsumen secara mediasi sebagai variabel intervening di PT. Incasi Raya Silaut.
7. Untuk mengetahui seberapa pengaruh strategi pemasaran, volume penjualan dan kepuasan konsumen secara mediasi di PT. Incasi Raya Silaut.

1.6 Manfaat Penelitian

Sedangkan hasil dari penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoristis

Memberi kesempatan untuk menerapkan teori manajemen pemasaran secara langsung atau dilapangkan dan memberi kemampuan dalam melakukan penelitian sehingga memberikan pengalaman serta ilmu bagi peneliti dan juga menjadi bahan perbandingan bagi peneliti untuk implementasi teori ke dalam praktek manajemen.

1. Manfaat Praktis

a) Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan sebagai evaluasi dalam mempertimbangkan faktor strategi pemasaran, kualitas produk, kepuasan konsumen, volume penjualan. Dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para pihak, baik untuk pemimpin dan manajemen organisasi dalam mengembangkan suatu produk agar tercapainya suatu visi

dan misi perusahaan serta diharapkan bisa menjadi sebagai tambahan referensi bagi perusahaan ketika perusahaan melakukan pembaharuan program untuk kemajuan perusahaan.

b) Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi yang sedang melaksanakan penelitian. Penelitian ini biasa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat menambah pustaka bagi mereka yang mempunyai minat untuk mendalami pengetahuan dalam bidang pemasaran.

c) Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sarana untuk ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan serta menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran.

d) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini sebagai salah satu bahan informasi yang berguna serta dapat memberikan gambaran bagi penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran.