

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan PT Concept2 Technology di Surabaya.**

Krisis ekonomi global yang terjadi pertengahan 2008 lalu membawa dampak yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia, terutama pada industri elektronika. Terimbas resesi global yang terjadi saat ini pertumbuhan jumlah barang elektronik yang laku dipasaran tahun ini tidak bisa mencapai target. Saat ini, kondisi industri elektronika di Indonesia sedang mengalami banyak hambatan, antara lain : melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar amerika dan bunga bank yang meningkat menyebabkan harga barang-barang elektronik naik, dan juga menurunnya daya beli konsumen karena terkena dampak langsung resesi. Namun, industri elektronika di Indonesia masih mempunyai potensi yang sangat besar untuk berkembang di masa yang akan datang. Hal ini dibutuhkan peran pemerintah dan strategi yang tepat untuk mengatasi lesunya industri elektronika di Indonesia. Oleh karena itu penulis menganalisis strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh PT Concept2 Technology. Badan usaha tersebut bergerak di bidang elektronika sejak 2002 sampai sekarang. PT Concept2 Technology mampu bertahan di tengah lesunya industri elektronika di Indonesia. Variabel-variabel yang digunakan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi (variabel independen) serta volume penjualan (variabel dependen). Untuk penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yang merupakan data perusahaan. Dalam pengolahan data, penulis memakai regresi linier berganda, koefisien determinasi berganda dan koefisien determinasi parsial, uji hipotesis (uji F dan uji t). Namun sebelum dilakukan pengolahan data, terlebih dahulu dilakukan serangkaian uji asumsi klasik. Hasil yang diperoleh variabel promosi paling besar pengaruhnya terhadap volume penjualan. Dengan hasil yang diperoleh, PT Concept2 Technology hendaknya fokus pada kegiatan promosi karena dapat mempengaruhi volume penjualan.

**Kata Kunci : Bauran Pemasaran**