

ABSTRAK

Manis Pusfitasari, 1950210159, Pengaruh Strategi Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion) Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Business Center SMK Negeri 1 Pati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi *marketing mix* 4P produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), promosi (*promotion*) terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kuantitatif. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati dengan jumlah t hitung lebih besar dari t tabel ($2,341 > 1,660$). Harga berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati dengan jumlah t hitung lebih besar dari t tabel ($2,016 > 1,660$). Tempat berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati dengan jumlah t hitung lebih besar dari t tabel ($3,931 > 1,660$). Promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati dengan jumlah t hitung lebih besar dari t tabel ($4,251 > 1,660$).

Kata Kunci : *Harga, Marketing Mix, Produk, Promosi, Distribusi, Volume Penjualan*