

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN  
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN *ONLINE*  
(Studi Pada Pelanggan Shopee Food Batagor Favorit di Yogyakarta)**

**Oleh:**

**Ade Djunaedi**

**NPM 182304002**

**INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh produk terhadap peningkatan penjualan Batagor Favorit. (2) Pengaruh harga terhadap peningkatan penjualan Batagor Favorit. (3) Pengaruh tempat terhadap peningkatan penjualan Batagor Favorit. (4) Pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan Batagor Favorit. (5) Pengaruh produk, harga, tempat dan promosi secara bersama-sama terhadap peningkatan penjualan Batagor Favorit.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel pelanggan Shopee Food Batagor Favorit sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan rumus Rao Purba. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Batagor Favorit. Secara parsial terdapat pengaruh tempat terhadap peningkatan penjualan Batagor Favorit.

**Kata Kunci:** Produk, Harga, Tempat, Promosi, Peningkatan Penjualan.

**THE INFLUENCE OF MARKETING MIX  
TO THE INCREASING ONLINE SALES**  
*(Study on Favorite Batagor Shopee Food Customers in Yogyakarta)*

**By:**

**Ade Djunaedi**

**NPM 182304002**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine: (1) The effect of the product on increasing sales of Batagor Favorit. (2) The effect of price on increasing sales of Batagor Favorit. (3) The effect of place on increasing sales of Batagor Favorit. (4) The effect of promotion on increasing sales of Batagor Favorit. (5) The effect of product, price, place and promotion together on increasing sales of Batagor Favorit.*

*It was a quantitative study with a sample Shopee Food customers Batagor Favorit as much as 100 respondents determined by the formula of Rao Purba.. The technique used in sampling on this research is a non-probability sampling using an purposive sampling method. Data collection techniques using questionnaires, observation, and documentation. The data analysis technique used validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing.*

*The results of this study indicate that the product, price, place, and promotion together have an effect on increasing sales of Batagor Favorit. Partially, only places have an effect on increasing sales of Batagor Favorit.*

**Keywords:** *Product, Price, Place, Promotion, Increased Sales.*