

# **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA BISNIS *E-MARKETING* DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PADA WARUNG DEN BAGUS)**

Tari Sumarta

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi

Email: tarisumarta36@gmail.com

## **ABSTRAK**

Perkembangan jaman memberikan kemudahan bagi pengusaha untuk menjual produknya salah satunya melalui online, untuk mendukung peningkatan penjualan perlu diketahui beberapa strategi pemasaran meliputi produk, harga, promosi, tempat dan *e-marketing*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, tempat dan *e-marketing* terhadap peningkatan penjualan Warung Den Bagus secara parsial. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan metode sampling sensus sehingga didapatkan sebanyak 20 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner. Metode analisa data yang di gunakan yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian membuktikan bahwa produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dengan nilai  $t_{hitung} = 4,318$ , harga berpengaruh dominan terhadap peningkatan penjualan dengan nilai  $t_{hitung} = 4,910$ , promosi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dengan nilai  $t_{hitung} = 4,546$ , tempat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dengan nilai  $t_{hitung} = 3,500$  dan *e-marketing* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dengan nilai  $t_{hitung} = 2,877$ . Adapun yang perlu di perhatikan perusahaan yaitu memperhatikan harga sesuai kualitas, memberikan promosi secara terus menerus sehingga produk dikenali masyarakat secara luas.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Produk, Harga, Promosi, Tempat, E-Marketing, Peningkatan Penjualan*

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alfabeta.
- Diniaty, Dewi dan Agusrinal. 2014. “Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan” *dalam Jurnal Sains, Teknologi Dan Industry*. Vol. 11. No. 2 Tahun 2014. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.