

RINGKASAN ESEKUTIF

Muhammad Fariz, penelitian yang berjudul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Tanaman Hias(Studi kasus: Kecamatan Medan Barat Kota Medan)”. Di bawah bimbingan Bapak Mhd. Ilham Riyadh,SP.M.Si Sebagai ketua komisi pembimbing, dan Bapak Dedi Kusbiantoro, SP.MM sebagai anggota komisi pembimbing.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah marketing mix mempengaruhi dalam peningkatan penjualan tanaman hias di Kec Medan Barat Kota Medan.

Penelitian ini dilaksanakan di Kec Medan Barat, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Teknik pengambilan sampling yang digunakan yaitu *Nonprobability Sampling* dan teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi berganda dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Sampel pada penelitian ini berjumlah 30 orang.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan Uji T variabel people berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan, sedangkan produk, price, place, promotion, physical evidence, proses tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan.

Pada penelitian ini variabel proses berpengaruh sebesar 81,5% dalam peningkatan penjualan sedangkan sisanya sebesar 18,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel proses adalah variabel yang paling dominan dalam peningkatan penjualan tanaman hias di Kecamatan Medan Barat.

Kata Kunci : Marketing Mix,Product, Price, Place, Promotion, People, dan Physical Evidence, Peningkatan Penjualan