

## ABSTRAK

Dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi saat ini, sudah banyak Department Store dan plaza-plaza yang berdiri yang bersaing dalam rangka bersaing dan mendapatkan keuntungan yang maksimal. CV. Darma Busana adalah perusahaan Garment yang siap bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama yaitu bidang pemasaran produk. Peranan bauran pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, saluran distribusi dirasakan sangat penting dalam memasarkan produk Dbritano yang khususnya kemeja casual. Yang menjadi objek penelitian ini adalah artikel produk, biaya promosi dan harga rata-rata.

Pada skripsi ini terdapat landasan teori untuk menunjang penelitian diantaranya dengan adanya teori tentang marketing, selain itu ada hipotesis penelitian yang pertama diduga bahwa artikel produk, biaya promosi dan harga rata-rata bersama-sama memberikan pengaruh terhadap volume penjualan dan kedua harga rata-rata memberikan pengaruh yang terbesar terhadap volume penjualan.

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh yang nyata antara variabel bebas dengan variabel teraudit, terbukti dengan nilai F hitung (5,703) > F tabel (2,90). Dalam hubungan secara simultan dihasilkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 34,8 % menunjukkan pengaruh nyata dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya sebesar 65,2 % menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara keseluruhan adalah berpengaruh : Hal ini berarti hipotesis penelitian yang pertama terbukti.

Secara parsial variabel artikel produk memberikan pengaruh secara nyata terhadap volume penjualan dengan nilai t hitung (3,109) > t tabel (2,365), sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa artikel produk memberikan kontribusi terbesar terhadap volume penjualan baju Dbritano. Hal ini berarti bahwa hipotesis penelitian yang kedua terbukti.