

ABSTRAK

Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli Wortel pada PT. Anugerah Farm

Yosua Lumban Tobing¹, Lina², Riwi Yadi Aldico Sinurat³, Acai Sudirman⁴

Manajemen, Universitas Prima Indonesia^{1,3}

Center of Excellence for Human Resource Management Research and Innovation Centre,
Universitas Prima Indonesia²

STIE Sultan Agung⁴

Co-author : lina@unprimdn

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dampak strategi pemasaran terhadap minat beli wortel di PT. Anugerah Pertanian. Metode yang diterapkan dalam studi ini adalah kuantitatif, dengan cara pengumpulan data melalui kuesioner kepada 100 responden yang adalah pelanggan perusahaan dari berbagai daerah di Indonesia. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Temuan dari penelitian bahwa secara bersamaan semua variabel strategi pemasaran berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli wortel. Selain itu secara parsial variabel produk, harga, dan promosi menunjukkan pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemasaran memainkan peran penting dalam meningkatkan penjualan, terutama melalui penguatan peningkatan minat beli konsumen. Maka dari itu, disarankan bagi perusahaan untuk memfokuskan diri pada optimalisasi merancang strategi yang dapat meningkatkan minat beli konsumen sehingga penjualan dapat meningkat secara optimal.