

**BUDI PRASETIO.** 2024. Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Terhadap Volume Penjualan Produk Wedang Uwuh CV. Progress Jogja Di Piyungan Bantul. Di bawah arahan Indah Widowati dan Antik Suprihanti.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis *trend* volume penjualan produk wedang uwuh 6 bulan ke depan pada CV. Progress Jogja di Kapanewon Piyungan Kabupaten Bantul, (2) menganalisis pengaruh bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) terhadap volume penjualan produk wedang uwuh pada CV. Progress Jogja di Kapanewon Piyungan Kabupaten Bantul. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan metode survey. Metode penentuan lokasi dilakukan secara *purposive*. Metode pengambilan responden dilakukan secara *purposive* dengan jumlah responden sebanyak 8 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis *trend* dan analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan *trend* volume penjualan wedang uwuh selama enam bulan kedepan akan menurun. Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan, promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk wedang uwuh pada CV. Progress Jogja di Kapanewon Piyungan Kabupaten Bantul. Secara parsial, Variabel produk, harga, dan promosi yang berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk wedang uwuh produksi CV Progress Jogja.

**Kata kunci:** Bauran pemasaran, analisis *trend*, regresi linear berganda, volume penjualan, wedang uwuh