



Jurnal Administrasi dan Manajemen

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Respati Indonesia

HOME ABOUT USER HOME SEARCH CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS HOME JOURNAL LPPM PUBLISHING SYSTEM CONTACT

Home > User > Author > Submissions > #5284 > Summary

#5284 Summary

SUMMARY REVIEW EDITING

Submission

Authors	Muhamad Hatta
Title	PENGARUH STRATEGI PEMASARAN BUSINESS TO BUSINESS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA PERUSAHAAN KAROSERI AMBULANCE DI PT DARMA NIAGA UTAMA
Original file	5284-14028-2-SM.DOCX 2024-10-23
Supp. files	5284-14029-1-SP.DOCX 2024-10-23 ADD A SUPPLEMENTARY FILE
Submitter	Muhamad Hatta
Date submitted	October 23, 2024 - 08:30 AM
Section	Articles
Editor	None assigned

Status

Status	Awaiting assignment
Initiated	2024-10-23
Last modified	2024-10-23

Submission Metadata

[EDIT METADATA](#)

Authors

Name	Muhamad Hatta
Affiliation	—
Country	Indonesia
Bio Statement	—
Principal contact for editorial correspondence.	

Title and Abstract

Title	PENGARUH STRATEGI PEMASARAN BUSINESS TO BUSINESS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA PERUSAHAAN KAROSERI AMBULANCE DI PT DARMA NIAGA UTAMA
Abstract	Seiring dengan meningkatnya permintaan akan pelayanan kesehatan seperti ambulance dan meningkatnya persaingan pasar global di bidang karoseri ambulance memaksa perusahaan karoseri ambulance untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif yang berfokus pada strategi pemasaran B2B, selain itu inovasi produk juga menjadi hal yang perlu diperhitungkan seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan akan ambulance yang semakin beragam. Dengan menerapkan strategi pemasaran B2B dan inovasi produk diharapkan dapat mendorong penjualan ambulance di PT Darma Niaga Utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari strategi pemasaran B2B dan inovasi produk terhadap peningkatan penjualan di PT Darma Niaga Utama. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif statistik dengan menyebarkan kuesioner kepada 76 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran B2B dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan secara parsial. Kemudian secara simultan strategi pemasaran B2B dan inovasi produk juga sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Indexing

Language	id
----------	----

Supporting Agencies

Agencies	—
----------	---

References

References	Adilla, M. S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran B2B (Business-to-Business) Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di PT Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost). Unissula Institutional Repository, 1–129. https://repository.unissula.ac.id/31604/ Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. Jurnal Riset Akuntansi Saedirman, 2(2), 102–110. https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792 Aduana, I. M. D. M. (2021). Regulasi dan Sampel: Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. 14(1), 102–116.
------------	--



MENU TAMBAHAN

[Editorial Team](#)

[Reviewer](#)

[Focus and Scope](#)

[Online Submission](#)

[Peer Review Process](#)

[Author Guidelines](#)

[Publication Ethics](#)

[Article Template](#)

[Author Fees](#)

[Visitor Statistic](#)

USER

You are logged in as...

mhatta

- » [My Journals](#)
- » [My Profile](#)
- » [Log Out](#)

AUTHOR

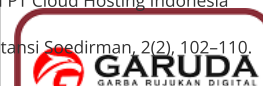
Submissions

- » [Active \(2\)](#)
- » [Archive \(0\)](#)
- » [New Submission](#)

INFORMATION

- » [For Readers](#)
- » [For Authors](#)
- » [For Librarians](#)

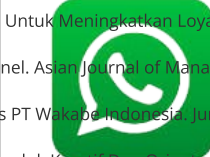
INDEXED IN :



- Andriana, R. W. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif*, 14(1), 103–110.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT KOTA PADANG. VIII(1), 179–188.
- Andriwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., & Syaiful, A. (2024). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. 15 166.
- Dendi Renaldi, G. (2021). JURNAL FAIR VALUE. 4(1), 194–203.
- Edi Triwibowo, J. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan. 4(1).
- Efan, Vistany Fillayata, M. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 7–8, 969–976. https://scholar.google.co.id/citations?user=PVAAdCwAAAAJ&hl=id#d=gs_md_cita_d&u=%2F26citations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3D%26user%3DPVAAdCwAAAAJ%26citation_for_view%3DPVAAdCwAAAAJ%3ATQgYirikUclC%26tzm%3420
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Firmansyah, D., Susetyo, D. P., Suryana, A., & Saepuloh, D. (2022). Volume Penjualan: Analisis Pendekatan Regresi Data Panel. *Asian Journal of Management Analytics*, 1(2), 109–124. <https://doi.org/10.55927/ajma.v1i2.1479>
- Indah Wahyu Putri, F., & Suriyanto, M. A. (2022). Strategi Mengelola Hubungan Pelanggan Pada Kajian Business To Business PT Wakap Indonesia. *Jurnal Indones Sosial Sains*, 3(1), 44–56. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.501>
- Israwati, Hermansyah, T. Irawan, Fajrig Arsyelan, & Avid Opel Alexander. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untu Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Tekat Tiga Dara. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 2(1), 72–76. <https://doi.org/10.36352/j-pis.v2i1.510>
- Kotler, P. (2014). *Kotler On Marketing*. Simon and Schuster. https://books.google.co.id/books/about/Kotler_On_Marketing.html?id=iHWyeTZX5YYC&redir_esc=y
- Kurniawan, R., & Sutiyanti. (2021). Pengaruh Motivasi, Pelatihan Dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hotel Berbintang Di Kota Batam. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 457–467. <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines/article/view/4471%0Ahttps://journal.uib.ac.id/index.php/combines/article/download/4471/1188>
- Listiyani, L., & Hidayat, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Segment Government PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta Di Era Digital Meningkatkan Penjualan. *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, 1(3).
- M. Syarifman. (2022). JAMBIS Meningkatkan Volume Penjualan Increase Sales Volume. 3(1), 42–52.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maulana, Y. S., & Alisha, A. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1313>
- Mawardi, M. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292–304. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>
- Nari, N. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Al-Iqtishad*, 17(2), 176. <https://doi.org/10.24014/jiq.v17i2.10602>
- Nasruddin. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di PT. Hadji Kalla Cabang Palopo. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(2), 19–27.
- Parashakti, R. D., & Setiawan, D. I. (2019). Gaya Kepemimpinan dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan pada Bank BJB Cabang Tangerang. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i1.1125>
- Pebriani, W., & Busyra, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal. *Jurnal EMT KEMAJU*, 7(1), 13–89. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.739>
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., & Darwin. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinanya In Media Sains Indonesia (Issue March).
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Sufiyati, A., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2021). Pengaruh Fasilitas Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja karyawan PT Tedco Agri Makmur Di Lampung Tengah. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 1(1), 12–21.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yasin, M., Garancang, S., & Hamzah, A. A. (2024). Metode Dan Instrumen Pengumpulan Data Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(3), 162–173.
- Yudhana, A. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Model Utaut Untuk Evaluasi Sistem Pendaftaran Online Rumah Sakit. 9(2), 1621–1630.
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementasi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UKM Ampuh Di Kabupaten Kediri Pada Masa Pander Covid-19. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 299–314. <https://doi.org/10.54259/mudima.v2i1.363>



HUBUNGI KAMI



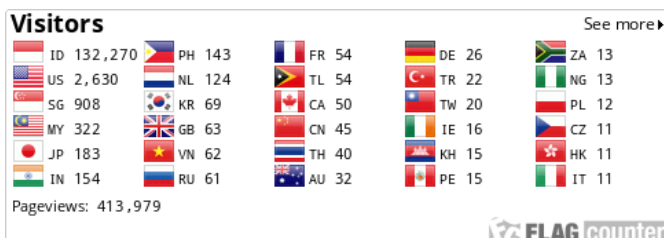
DOWNLOAD TEMPLATE



RECOMMENDED TOOLS:



FONT SIZE



StatCounter

00447959

View My Stats



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.