

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
TOKO BAJU SENAM GROSIR.COM**

SKRIPSI



OLEH :

SITI MUKARROMAH

NIM: 20141221023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2018

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
TOKO BAJU SENAM GROSIR.COM**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

OLEH :

SITI MUKARROMAH

NIM: 20141221023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2018

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Mukarromah

NIM : 20141221023

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 16 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



Siti Mukarromah

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI
IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
TOKO BAJU SENAM GROSIR.COM

Oleh:

SITI MUKARROMAH
NIM. 20141221023

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 16 Agustus 2018

Dosen Pembimbing I,



Dr. Siti Maro'ah, M.Pd

Dosen Pembimbing II,



Dr. Mochammad Mochklas, MM

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE, M.SE

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disyahkan dihadapan Komisi Penguji.

**JUDUL: IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
TOKO BAJU SENAM GROSIR.COM**

Nama: SITI MUKARROMAH

NIM: 20141221023

Program Studi: Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/ Tanggal: 21 Agustus 2016

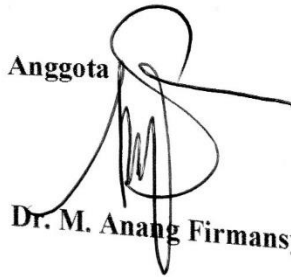
Pukul: 09.00 WIB sampai dengan 09.45 WIB

**Komisi Penguji terdiri dari:
Ketua Penguji:**



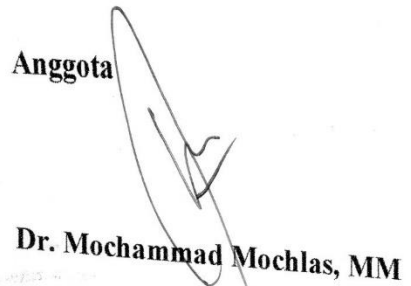
Dr. Siti Maro'ah, M.Pd

Anggota



Dr. M. Anang Firmansyah, MM

Anggota



Dr. Mochammad Mochlas, MM

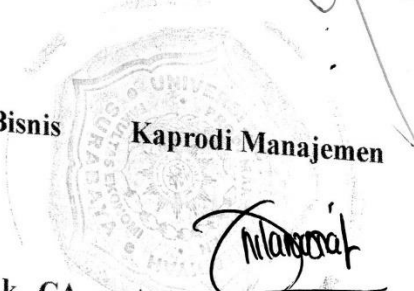
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Anna Marina, SE., M.Si., Ak., CA

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT atas karunia, rahmat, dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Baju Senam Grosir.com. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya. Sholawat dan salam selalu tersampaikan kepada uswah hasanah kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi inspirator penulis dalam setiap episode kehidupan yang dijalani.

Penulis sadar bahwasannya di dalam penulisan penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi terbatasnya ilmu maupun kemampuan yang dimiliki penulis. Saran dan kritik akan selalu diterima oleh penulis guna menjadi perbaikan bagi skripsi penulis, penyusunan skripsi ini berjalan dengan sebagaimana mestinya dengan adanya bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengungkapkan beribu rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. dr, Sukadiono, MM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE, M.SE selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

4. Ibu Dr. Siti Maro'ah, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktunya untuk mentransfer ilmu dan memberikan segenap kesabaran dalam mengarahkan, membimbing, memberikan informasi, saran, dorongan, semangat, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Mochammad Mochklas, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. M. Anang Firmansyah, MM selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penulis.
8. Bapak, ibu, kakak, adik, dan semua keluarga yang selalu memberi semangat dan dorongan baik secara moril maupun materi serta do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Terima kasih untuk segala kasih sayang yang tidak mungkin bisa terbalas sepanjang waktu.
9. Bapak Bagus Permadi Prajitno, S.Kom. selaku pimpinan di toko BajusenamGrosir.com dan semua tim BajuSenamGrosir.com.
10. Terima kasih untuk kelas Manajemen 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, yang telah menjadi

bagian dari cerita episode perkuliahan penulis, dimana kalian selalu menjadi orang yang membantu serta memberikan pelajaran berharga bagi penulis, yaitu “Pelajaran Persahabatan”. Semoga cerita kita dan kebersamaan kita selalu terjalin walau terpisah jarak dan waktu.

11. Semua pihak, sahabat, teman, dan saudara yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan proses skripsi ini.

Semoga Allah selalu memberikan hidayah, taufik, dan bimbingan-Nya kepada seluruh pihak yang telah ikhlas dalam membantu selesainya skripsi ini. Kesempurnaan hanyalah milik Allah semata, ketidaksempurnaan adalah milik manusia ciptaan-Nya. Oleh karena itu, segala kekurangan yang ada pada skripsi penulis merupakan murni kesalahan penulis sebagai manusia. Harapan penulis adalah kritik dan saran yang membangun untuk penelitian penulis agar lebih berguna di masa yang akan datang.

Surabaya, 16 Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan Skripsi	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	11
1. Pemasaran	11
a. Pengertian Pemasaran	11
b. Tujuan Pemasaran	12
c. Fungsi Pemasaran	13
d. Konsep Pemasaran	13
2. Bauran Pemasaran	14
a. Produk	15
b. Harga	21
c. Saluran Distribusi/Tempat	29

d. Promosi	31
3. Strategi Pemasaran dan Siklus Hidup Produk	33
4. Penjualan	35
a. Pengertian Penjualan	35
b. Volume Penjualan	35
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan ..	36
d. Penerapan Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	37
5. <i>E-commerce</i>	38
a. Pengertian <i>E-commerce</i>	38
b. Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	39
c. Proses <i>E-commerce</i>	41
d. Kelebihan dan Kekurangan <i>E-commerce</i>	41
e. Hukum <i>E-commerce</i>	42
B. Penelitian Terdahulu	43
C. Kerangka Konseptual	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	52
B. Keterlibatan Peneliti	52
C. Jenis dan Sumber Data	53
D. Prosedur Pengumpulan Data	54
1. Wawancara	54
2. Observasi	55
3. Dokumentasi	56
E. Pengelolaan Data dan Teknik Analisis	56
1. Reduksi Data	57
2. Penyajian Data	57
3. Penarikan Kesimpulan	57
F. Keabsahan Temuan	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Perusahaan	62
1.	Profil Perusahaan	62
2.	Visi dan Misi Toko BajuSenamGrosir.com	63
3.	Struktur Organisasi Toko BajuSenamGrosir.com	64
4.	Produk Toko BajuSenamGrosir.com	65
B.	Deskripsi Hasil Penelitian	66
1.	Produk Toko BajuSenamGrosir.com	67
2.	Penetapan Harga Toko BajuSenamGrosir.com	78
3.	Saluran Distribusi Toko BajuSenamGrosir.com	86
4.	Promosi Toko BajuSenamGrosir.com	91
5.	Peran Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko BajuSenamGrosir.com	97
C.	Pembahasan	100
1.	Produk Toko BajuSenamGrosir.com	100
2.	Penetapan Harga Toko BajuSenamGrosir.com	103
3.	Saluran Distribusi Toko BajuSenamGrosir.com	106
4.	Promosi Toko BajuSenamGrosir.com	108
5.	Peran Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko BajuSenamGrosir.com	110

BAB V PENUTUP

A.	Simpulan	113
B.	Saran	114

DAFTAR RUJUKAN	118
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1	Wawancara	54
3.2	Observasi	55
3.3	Dokumentasi	56

DAFTAR GAMBAR

1.1	Volume Penjualan Toko BajuSenamGrosir.com Tahun 2015-2017	2
1.2	Tingkat Pengguna Internet di Indonesia	6
2.1	Penetapan Harga Berdasarkan Biaya	27
2.2	Penetapan Harga Berdasarkan Nilai	27
2.3	Kerangka Konseptual	51
3. 1	<i>Interactive Model</i>	58
4.1	Struktur Organisasi Toko BajuSenamGrosir.com	64
4.2	Produk Toko BajuSenamGrosir.com	66
4.3	Testimoni <i>Customer</i>	70
4.4	Macam-macam Merek Baju dan Perlengkapan Senam Toko BajuSenamGrosir.com	72
4.5	Kemasan Paket	75
4.6	Pelabelan Produk Toko BajuSenamGrosir.com	76
4.7	Iklan Toko BajuSenamGrosir.com	93
4.8	Volume Penjualan Toko BajuSenamGrosir.com Bulan Januari Sampai Juli 2018	98
4.9	Volume Penjualan Toko BajuSenamGrosir.com Tahun 2013-2018	99

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Agustina, W. W., & Suprajang, S. E. (2016). Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Bauran Pemasaran Holistic (People, Process, Program, Performance) Pada Perusahaan Kacang Shanghai Pt. Suling Mas Tri Tunggal Abadi Ngunut Tulungagung. *STIE Kesuma Negara Blitar*, 16.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Astutik, F. (2010). Strategi Pemasaran Produk Furniture Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Kristal indah Surabaya. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya*, 98.
- Eddy, S. S. (2010). *Entrepreneurship Menjadi Pembisnis Ulung: Panduan Bagi Pengusaha, Calon Pengusaha, Mahasiswa, dan Kalangan Dunia Usaha*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Fatihudin, D. (2015). *Buku Ajar Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Gunawan, W. T. (2013). Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Texas Chicken Manado. *EMBA*, 09.
- Harahap, Z. (2014). Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Indomie Di Kecamatan Malalayang 1 Barat Manado. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*, 869.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Malang: Erlangga.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 16.
- Irum. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Rumah Pada Perumahan D'cassablanca di Samarinda. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman*, 15.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*, 6-7.

- Karim, D. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*, 430.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: Alfabeta.
- Mochklas, M., & Setiawan, T. (2018). *Sistem Informasi Manajemen*. TS Publisher.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau serbuk Tocha). *Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi*, 52-53.
- Nurchahyo, F., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Restoran MCDonald's Delta Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STESIA) Surabaya*, 16.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laks Bang Pressindo.
- Pirendra, A. (2017). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak.com. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Randang, W. (2013). Kualitas Produk, Atribut Produk dan Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi Manado*, 708.
- Saidi, W. (2007). *Mari Berkenalan dengan Bisnis*. Jakarta: Ikhtiar Press.
- Salindeho, H. A., & Trisyonowati. (2014). Pengaruh Saluran Distribusi dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Fastrata Buana Tbk. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STESIA) Surabaya*, 14.
- Sari, K. M., & Kusumadewi, N. W. (2016). Analisis Pengaruh Bauran pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Hatten Bali di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unad*, 25.
- Sastradipoera, K. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sofjan, A. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suddin, A. F. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Ayam Pedaging di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu dan Industri Peternakan*, 12.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods) Cetakan Ke-3*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan Ke-17*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjibtono, F., & Chandra, G. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjibtono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Ulus, A. A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado. *EMBA*, 10.
- Yusuf, M. A. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Gabungan Cetakan Ke-4*. Jakarta: Kencana.

<http://isparmo.web.id>