

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PADA PRODUK
DR. KEBAB BARA Satriya Sidoarjo**

SKRIPSI



OLEH :

NUR ACHMAD ROFI'I

20141221021

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

2019

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PADA PRODUK
DR. KEBAB BARA SATRIYA SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi
salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi

OLEH :

NUR ACHMAD ROFI'I

20141221021

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

2019

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Achmad Rofi'i

NIM : 20141221021

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru, dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagian atau seluruhnya skripsi ini hasil menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 29 Januari 2019

Yang membuat pernyataan



Nur Achmad Rofi'i

20141221021

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PADA PRODUK DR. KEBAB BARA**

SATRIYA SIDOARJO

OLEH:

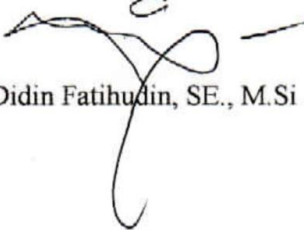
NUR ACHMAD ROFI'I

NIM. 20141221021

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 29 Januari 2019

Dosen Pembimbing I

30/1/2019


Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si

Dosen Pembimbing II



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Mengetahui

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diajukan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.

Judul : Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Produk DR. KEBAB Bara Satriya Sidoarjo

**Nama : Nur Achmad Rofi'i
NIM : 20141221021
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

Pada Hari / Tanggal : Senin, 4 Februari 2019

Pukul: 09.00 – 10.00 WIB


Komisi Penguji terdiri dari :

Ketua Penguji :



Dr. Siti Maro'ah, M.Pd


Anggota I



Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Anggota II



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM.

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirah Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Produk DR. KEBAB Bara Satriya Sidoarjo” dengan baik, serta sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang mengantarkan pada sebuah kehidupan yang penuh keselamatan di dunia dan di akhirat.

Penyusunan proposal skripsi ini penulis lakukan guna melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari terselesainya penyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan baik baik dan benar.
2. Bapak Dr. dr. Sukadiono.,MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

5. Bapak Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai akhir.
6. Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai akhir.
7. Ibu Dr. Siti Maro'ah, M.Pd selaku Dosen Penguji Proposal sekaligus Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan masukan dan arahan dalam proses penyempurnaan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan seluruh staf pengajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
9. Bapak, Ibu, Adik dan Keluarga besar yang telah memberikan dukungan semangat, do'a dan dukungan moril maupun materil yang tak terhingga dengan tulus dan ikhlas hingga terselesaikannya proposal skripsi ini.
10. Kepada DR. KEBAB Bara Satriya, Bapak Wahyu beserta seluruh tim manajemen yang telah memberikan kesempatan waktu, tempat, ilmu nasehat, bimbingan dan motivasi yang luar biasa dalam penyelesaian penulisan proposal skripsi ini.
11. Teman-teman Fakultas Ekonomi angkatan 2014, yang telah memberikan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

12. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan proposal skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terimakasih untuk kalian semua.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak baik yang disebutkan maupun yang tidak tersebut. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan proposal skripsi ini. Harapan penulis semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Surabaya, 28 Januari 2019

Penulis

MOTTO

“ Sebuah Visi tanpa Eksekusi hanyalah
Sebuah Halusinasi ”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orangtua tercinta serta keluarga besar yang senantiasa memberikan dorongan dan dukungan untuk selalu melangkah maju.

Semoga kelak ilmu yang didapat selama 4 tahun ini dapat bermanfaat untuk perjalanan kehidupan di masa depan.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	7
1. Pengertian Pemasaran	7
2. Fungsi Pemasaran	8
3. Konsep Pemasaran	10
4. Strategi Pemasaran	12
5. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
6. Strategi Produk	18
7. Strategi Harga	21
8. Strategi Promosi	25

	Halaman
9. Strategi Distribusi	26
10. Penjualan	27
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Konseptual	31
D. Hipotesis	32
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	34
B. Identifikasi Variabel	35
C. Definisi Operasional Variabel	35
D. Jenis dan Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Populasi dan Sampel.....	37
G. Teknik Pengolahan Data.....	39
H. Statistik Deskriptif	39
I. Uji Instrumen	39
J. Uji Asumsi Klasik	41
K. Uji Regresi Linier Berganda	43
L. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
M. Uji Hipotesis	44
N. Uji Variabel Dominan	45
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Penelitian	46
B. Visi dan Misi DR. KEBAB Bara Satriya	47

	Halaman
C. Struktur Organisasi DR. KEBAB Bara Satriya	47
D. Karakteristik Responden.....	50
E. Statistik Deskriptif	52
F. Uji Instrumen.....	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Realibilitas	54
G. Uji Asumsi Klasik	54
1. Uji Normalitas.....	54
2. Uji Multikolonieritas.....	55
3. Uji Heteroskedastisitas	56
H. Hasil Regresi Linier Berganda	57
I. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	60
J. Uji Hipotesis	60
1. Uji F (Uji Simultan).....	60
2. Uji T (Uji Parsial)	61
K. Hasil Pengukuran Variabel Dominan	63
L. Pembahasan	63
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	67
 DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Umur	51
Tabel 4.3 Pekerjaan	51
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif	52
Tabel 4.5 Uji Validitas	53
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.7 Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-SmirnovTest).....	55
Tabel 4.8 Uji Multikolonieritas	56
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	60
Tabel 4.12 Perhitungan Uji F(ANOVA ^a)	60
Tabel 4.13 Perhitungan Uji t	62
Tabel 4.14 Hasil Uji t	62
Tabel 4.15 Pengukuran Variabel Dominan	63

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan 5 tahun terakhir	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Kebab olahan DR. KEBAB Bara Satriya	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi DR. KEBAB Bara Satriya	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Output SPSS

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Lembar Kuisisioner

Lampiran 4 Nilai Skor Kuisisioner

Lampiran 5 Surat Penunjukan Dosen Pembimbing

Lampiran 6 Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 7 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 9 Daftar Perbaikan Skripsi

Lampiran 10 Endorsment Letter

Lampiran 11 Bukti Bebas Plagiasi

Lampiran 12 Bukti Bebas Pinjam

Lampiran 13 Dokumentasi

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, D. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi* (8 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Abdullah dan Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Amir, M. T. (2012). *Manajemen Strategik : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Amstrong, K. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Delianti, O. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi Manajemen, dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama.
- Fatihudin dan Mochklas. (2017). Analysis of Factors Affecting Consumer Decisions Buy Motorcycle (Study on City of Surabaya Indonesia). *International Journal Of Innovative Research & Development ISSN 2278 – 0211* .
- Firmansyah dan Fatihudin. (2017). *Globalisasi Pemasaran (Marketing Globalization)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifaradiz, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 5.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Karim, D. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Ppenjualan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal EMBA* , 421.
- Kotler , K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler dan Susanto. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Malik, N. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Notebook Merek Acer Pada CV. Galaksi Komputer Di Samarinda. *ejournal Ilmu Administrasi Bisnis* , 3, 4.
- Nurchahyo, F. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Restoran MCDonald's Delta Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen ISSN : 2461-0593* , 5, 4.
- Riduwan. (2009). *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Salindeho, A. (2014). Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Fastrata Buana, Tbk. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 3, 9.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (1 ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Suddin, F. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Ayam Pedaging Di Kota Makassar. *Ilmu dan Industri Peternakan ISSN : 2355-0732* , 1, 1.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. AFABETA.
- Swastha dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: ANDI.