

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PRODUK *HOME INDUSTRY* NADHIFA**

SKRIPSI



**OLEH:
HERDAYANTI
20141221002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
2018**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PRODUK *HOME INDUSTRY* NADHIFA**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Sarjana (S1)

Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

OLEH:

HERDAYANTI

20141221002

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

2018

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Herdayanti
NIM : 20141221002
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan dengan sungguh-sungguh 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 Juli 2018

Yang Membuat Pernyataan



Herdayanti

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PRODUK *HOME INDUSTRY* NADHIFA**

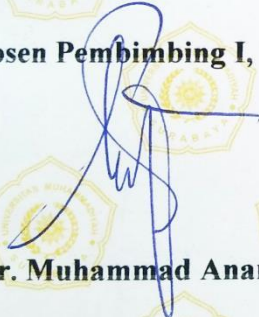
Oleh:

**HERDAYANTI
NIM. 20141221002**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 16 Juli 2018

Dosen Pembimbing I,



Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM

Dosen Pembimbing II,



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

**Mengetahui,
Kaprodi Manajemen**



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.

Judul : **PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PRODUK *HOME INDUSTRY* NADHIFA**

Nama : **HERDAYANTI**
NIM. **20141221002**

Program Studi : **Manajemen**
Fakultas **Ekonomi dan Bisnis**
Universitas **Muhammadiyah Surabaya**

Pada Hari / Tanggal : **Senin / 21 Juli 2018**
Pukul : **11.00 WIB** sampai dengan **12.00 WIB**

Komisi Penguji terdiri dari :
Ketua Penguji :


Dr. Didin Fatihudin, SE, M.Si


Anggota


Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM

Anggota


Anita Roosmawarni, SE., M.SE

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


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

Kaprodi Manajemen


Anita Roosmawarni, SE., M.SE

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*Allah Ada
Masalah Tiada*

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya sebagai bukti tanggung jawab atas amanah yang diberikan selama menempuh study ini.

Skripsi ini juga sebagai hadiah atas segala do'a dan pengorbanan bapak dan ibu serta keluarga besar tercinta

Ayah... Ibu... Terimakasih atas segalanya

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian ini tepat waktu. Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad S.A.W, yang telah menjadi penuntun kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang yaitu addinul islam.

Proposal skripsi “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Volume Penjualan Produk *Home Industry* Nadhifa” ini disusun untuk memenuhi persyaratan memenuhi gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan mereka. Untuk itu, tiada kata yang layak penulis sampaikan selain ucapan terimakasih, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Dr. Sukadiono, M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE. selaku Ketua Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, sekaligus pembimbing II yang sudah banyak memberikan arahan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Dr. H. M Anang Firmansyah,MM. selaku pembimbing I yang sudah banyak memberikan arahan serta motivasi selama ini, dan sudah bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ibu dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyusun dan menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Ayah, ibu, yang tidak pernah lelah menasehati, mendidik, memberikan materi serta mendoakan setiap detik dan setiap sujudnya hingga mengantar penulis menuju kehidupan saat ini.
7. Kakak, adik dan semua keluarga besar yang selalu membuat penulis semangat, dorongan baik secara moril maupun materi serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2014 yang selalu memberikan semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Iik Arif Rahman,S.I.Kom yang selalu memberi semangat dan dukungan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis ucapkan banyak terimakasih.

Penulis telah berusaha menyusun proposal skripsi ini sesempurna mungkin, tetapi penulis menyadari bahwa dalam proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat kami harapkan demi kesempurnaan proposal ini.

Harapan penulis, semoga proposal skripsi ini bisa dilanjutkan sebagai penelitian yang akhirnya menjadi sebuah skripsi yang bermanfaat untuk seluruh pembaca dan yang memerlukannya.

Surabaya, 16 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Pemasaran	12
2. Strategi Pemasaran.....	14
3. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	18

4. Volume Penjualan	31
B. Hubungan Antar Variabel	33
1. Pengaruh produk terhadap volume penjualan	33
2. Pengaruh harga terhadap volume penjualan.....	33
3. Pengaruh tempat/saluran distribusi terhadap volume penjualan	34
4. Pengaruh promosi terhadap volume penjualan	34
C. Penelitian Terdahulu	35
D. Kerangka Konseptual.....	39
E. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan Penelitian	41
B. Identifikasi Variabel	41
C. Definisi Operasional Variabel.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Populasi Dan Sampel	45
F. Teknik Pengolahan Data.....	46
G. Uji Instrumen	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	47
H. Analisis Data.....	47
1. Uji Asumsi Klasik.....	48
2. Analisis Regresi Berganda.....	49
3. Uji r (Koefisiensi Korelasi).....	50
4. Uji r^2 (Koefisiensi Determinasi).....	50

5. Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Perusahaan	54
1. Deskripsi Umum Perusahaan	54
2. Sejarah Perusahaan	54
3. Struktur Organisasi	56
4. Visi Dan Misi Perusahaan	58
5. Strategi Marketing Mix Nadhifa	58
B. Deskripsi Hasil Penelitian	62
1. Analisis Karakteristik Responden	62
2. Analisis Deskripsi Variabel	66
3. Uji Instrumen	71
4. Uji Asumsi Klasik	73
5. Analisis Regresi Berganda	76
6. Uji r (Koefisien Korelasi)	79
7. Uji r^2 (Koefisien Determinasi)	79
8. Uji Hipotesis	80
C. Pembahasan	82
1. <i>Crosstab</i> responden terhadap Variabel	82
2. Pengaruh elemen dari <i>marketing mix</i> (<i>product, price, place, promotion</i>) terhadap volume penjualan produk <i>Home Industry Nadhifa</i>	85
3. Elemen <i>marketing mix</i> yang paling dominan berpengaruh terhadap volume penjualan produk <i>Home Industry Nadhifa</i>	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
1.1 Data Volume Penjualan Produk <i>Home Industry</i> Nadhifa.....	8
2.1 Kelebihan dan kekurangan <i>digital marketing</i>	18
4.1 Harga sabun Nadhifa, minyak kemiri dan minyak zaitun	60
4.2 Jenis kelamin responden	62
4.3 Usia responden.....	63
4.4 Posisi di Nadhifa.....	63
4.5 Lama bergabung	64
4.6 Omset per bulan.....	65
4.7 Laba per bulan	65
4.8 Rekapitulasi pernyataan responden mengenai <i>product</i>	66
4.9 Rekapitulasi pernyataan responden mengenai <i>price</i>	67
4.10 Rekapitulasi pernyataan responden mengenai <i>place</i>	68
4.11 Rekapitulasi pernyataan responden mengenai <i>promotion</i>	69
4.12 Rekapitulasi pernyataan responden mengenai volume penjualan	70
4.13 Hasil uji validitas	71
4.14 Hasil uji reabilitas	73
4.15 Hasil uji multikolinieritas	75
4.16 Hasil analisis regresi berganda	77
4.17 Hasil uji koefisiensi korelasi (r).....	79
4.18 Hasil uji koefisiensi determinasi (r^2)	79
4.19 Hasil analisis uji F	80
4.20 Hasil analisis uji t.....	81

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
2.1 Elemen <i>marketing mix</i>	19
2.2 Keputusan produk perseorangan.....	20
2.3 Tingkat saluran distribusi	27
2.4 Kerangka konseptual	39
3.1 Daerah penerimaan dan penolakan.....	53
4.1 Struktur Nadhifa	56
4.2 Produk Nadhifa.....	59
4.3 <i>Normal P-P Plot Of Regression</i>	74
4.4 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas.....	76

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana. (2015). *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. (2015). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Djaslim, Saladin (2012) *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Pemasaran strategik, mengupas topik utama pemasaran strategik, branding, strategy, customer satisfaction, strategi kompetitif, hingga e-marketing*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fatihuddin, Didin. (2012). *Metode penelitian untuk ilmu ekonom, manajemen dan akuntansi, dari teori ke praktek*. Surabaya: PPs UMSurabaya.
- Fatihudin, Didin. (2015). *Metode penelitian untuk ilmu ekonom, manajemen dan akuntansi, dari teori ke praktek*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Firmansyah, N. A., & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriyono. Dina. (2014). *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan produk*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol 3, No 11. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Fitriyono & Khuzani. (2014). *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan produk*. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(11), 1-17.
- Ghozali. (2011). *Sari kuliah manajemen pemasaran*. Bandung: PT Sarana.
- Gozali, Imam. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Khairunnisa, H *et.al.* (2017). *The influence of the marketing mix on the export sales volumes of textile product at pt. primatexco indonesia. Business Administration Department, Semarang State Polytechnic.*
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran.Edisi 13. Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing manajemen 13.* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen pemasaran, teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global.* Bandung: Alfabeta.
- Malik, Zulmi. (2015). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan notebook merek acer pada CV. Galaksi Komputer di Samarinda.* e-Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Volume 3, Nomor 4. Program S1 Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman.
- Nasution *et.al.* (2017). *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan.* Jurnal Riset Sains Manajemen Volume 1, Nomor 1. 1-12. DOI: 10.5281/zenodo.1012560.
- Ningrum & Harti. (2012). *Pengaruh saluran distribusi dan harga jual terhadap volume penjualan sandal pada UKM Sandal di Mojokerto.* Jurnal Unesa, 1(1), 1–10.
- Nurchayyo, Fandy. (2016). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan pada restoran McDonald's Delta Plaza Surabaya.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 4. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Oentoro, Deliyanti. (2013). *Manajemen pemasaran modern.* Yogyakarta: LaksBang Pressindo.

Rantian. (2015). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan ikan keramba. JSM (Jurnal Sains Manajemen) Volume IV, Nomor 2. Program Magister Sains Manajemen UNPAR.*

Santoso, Singgih. (2009). *Panduan lengkap menguasai statistik dengan SPSS 17.* Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Sari dan Kusumadewi. (2016). *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan pada PT. Hatten Bali di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 5. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.*

Setiawan, Agung. (2016). *Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian produk sangkar burung di UD. Sumber Agung Kabupaten Gresik. Skripsi fakultas ekonomi universitas muhammadiyah surabaya.*

Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran, teori & implementasi.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Suddin, Andi. (2013). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan produk ayam pedaging di kota Makassar. Jurnal Ilmu dan Industri Peternakan 1(1):1-12.*

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Thamrin dan Tantri. (2012). *Manajemen pemasaran.* Jakarta: Rajawali Press.

Zuriah , Nurul. (2012). *Metode penelitian sosial dan pendidikan.* Jakarta: Bumi Aksara.

<http://dosenpendidikan.com> “Digital Marketing” by hisam sam dipost 20/05/2017

diunduh oleh herda 09/02/2018

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/1630>