

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
PENJUALAN SAMBEL PECEL UD. "KARUNIA" BLITAR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian syarat  
Dalam mencapai gelar Sarjana Sastra Satu (S1)**



**Disusun Oleh :**

**Nama : SABDO ARDIAN WISNU**  
**NIM : 09221018**  
**Pembimbing : Rony Ika Setiawan, SE., MM.**

**JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA  
BLITAR  
2013**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari:

Nama : **SABDO ARDIAN WISNU**  
NIM : **09221018**  
Jurusan : **Manajemen**  
Program Studi : **Manajemen**  
Judul : **Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Sambel Pecel UD. "Karunia" Blitar**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 2 Juni 2012 sampai dengan 7 April 2013 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji didepan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut di atas.

Blitar, 10 April 2013  
Pembimbing,



Rony Ika Setiawan, SE., MM.,

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **SABDO ARDIAN WISNU**  
NIM : **09221018**  
Jurusan : **Manajemen**  
Program Studi : **Manajemen**  
Judul : **Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap  
Penjualan Sambel Pecel UD. "Karunia" Blitar**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 10 April 2013



**Sabdo Ardian Wisnu**

**PERUSAHAAN SAMBEL PECEL  
"KARUNIA"**

Dusun Banjarejo Desa Bangsri R/Rw 04/11 Kecamatan Nglegok  
BLITAR - JATIM  
Dep.Kes.RI NO.SP. 147/13.23/96.

---

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan dengan sebenarnya bahwa Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara (STIEKEN) Blitar, yang tersebut dibawah ini :

Nama : **SABDO ARDIAN WISNU**  
N I M : **09221018**  
Jurusan : **Manajemen**

Benar-benar telah melakukan penelitian untuk Skripsi pada perusahaan Sambel Pecel Karunia Blitar yang berlokasi di Dusun Banjarejo Desa Bangsri R/Rw 04/11 Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar mulai tanggal 16 Pebruari – 3 Maret 2013, dengan mengambil Judul :

**"ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN  
SAMBEL PECEL UD. KARUNIA BLITAR"**

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sesuai keperluan yang bersangkutan.

Blitar, 7 April 2013  
Perusahaan Sambel Pecel  
KARUNIA Blitar

PERUSAHAAN SAMBEL PECEL  
"KARUNIA"  
Dsn. Banjarejo Ds. Bangsri  
R/Rw. 04/11 Nglegok Kab. Blitar  
**H. SUDARMAJI**  
Direktur

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

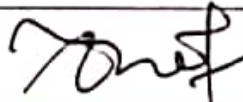


Skripsi dengan judul:

**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Sambel Pecel UD. "Karunia" Blitar**

Yang disusun oleh:

Nama : SABDO ARDIAN WISNU  
NIM : 09221018  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada  
**Susunan Dewan Penguji**

No.	Nama	Kedudukan	Tanda Tangan
1.	Iwan Setya Putra, SE., Ak., MM.	Penguji I	
2.	Aris Sunandes, SE, MM.	Penguji II	
3.	Rony Ika Setiawan, SE., MM.	Penguji III	

Mengetahui.

Pembimbing



Rony Ika Setiawan, SE., MM.



Program Studi Manajemen



Aris Sunandes, SE, MM.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin, segala puji penulis haturkan kepada yang tak kasat mata, penguasa seluruh Maha yang selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Sambel Pecel UD. "Karunia" Blitar.**

Skripsi ini disusun dengan segala kemampuan yang dimiliki penulis dalam rangka memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Kesuma Negara" (STIEKEN) Blitar.

Dalam penulisan laporan ini penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. S. Soetrisno, MM., selaku Ketua STIEKEN Blitar
2. Bapak Aris Sunandes, SE, MM selaku Ketua Jurusan program studi Manajemen.
3. Bapak Rony Ika Setiawan, SE.,MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak H. Sudarmaji selaku Pimpinan UD. Karunia Blitar yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian
5. Temen-temenku satu angkatan dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari pembuatan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, serta dapat digunakan sebagai landasan dan bahan penyusunan skripsi selanjutnya.

Blitar, April 2013

Penulis

## ABSTRAK

### **Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Sambel Pecel UD. "Karunia" Blitar**

SABDO ARDIAN WISNUJ - 09221018

Kata kunci: pemasaran, bauran pemasaran, penjualan

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya. Untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran, untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan produk dan untuk mengetahui besar pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan produk UD "Karunia" Sambel Pecel.

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas (*independent variable*) adalah strategi bauran pemasaran yang meliputi produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan saluran distribusi ( $X_4$ ). Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) adalah penjualan. Di dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah konsumen sambel pecel UD "Karunia" Blitar yang telah menjadi langganan tetap UD. "Karunia" Blitar dan membeli produk di UD. "Karunia" Blitar pada saat penelitian dilakukan. Metode analisa yang digunakan dalam memecahkan masalah yang telah dikemukakan serta untuk membuktikan hipotesis adalah analisa deskriptif dan analisa regresi linier berganda. Penelitian ini dilakukan pada UD. "Karunia" Blitar berlokasi di Dusun Banjarejo Desa Bangsri RU/Rw 04/11 Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar pada tanggal 16 Pebruari - 3 Maret 2013.

Hasil penelitian menunjukkan bauran pemasaran yang telah digunakan oleh perusahaan UD. Karunia Blitar adalah strategi produk, strategi harga, promosi dan strategi pemasaran/distribusi. Dari hasil analisis regresi yang telah dilakukan nampak bahwa variabel dari strategi bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan saluran pemasaran) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan sambel pecel UD. Karunia Blitar. Dari hasil olah data persamaan regresi antara variabel dari strategi bauran pemasaran, maka variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan adalah variabel produk. Untuk meningkatkan penjualan pada masa yang akan datang, pimpinan UD. Karunia Blitar perlu meninjau kembali kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan dengan menerapkan konsep *marketing mix*.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan .....	5
C. Perumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Kegunaan Penelitian.....	6
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Pemasaran.....	8
C. Strategi Pemasaran .....	15

D. Bauran Pemasaran.....	26
E. Penjualan.....	31
F. Hubungan Strategi Bauran Pemasaran dengan Penjualan.....	33
G. Hipotesis .....	34

### BAB III: METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Penelitian.....	35
B. Populasi Penelitian dan Sampel .....	37
C. Jenis Penelitian .....	38
D. Metode Pengumpulan Data .....	39
E. Teknik Analisa Data.....	41
F. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	42

### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	43
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
C. Hasil Analisa Data.....	51
D. Pembahasan.....	68

### BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	70
B. Saran-saran.....	70

### DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1 Hasil uji validitas .....	50
Tabel 4.2 Hasil uji reliabilitas .....	51
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	52
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan umur responden .....	53
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	54
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	55
Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai produk sambel pecel .....	56
Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai harga sambel pecel .....	58
Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai promosi sambel pecel .....	59
Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai saluran distribusi sambel pecel...	60
Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai penjualan sambel pecel .....	62
Tabel 4.12 Analisa regresi berganda .....	64