



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
PENJUALAN PRODUK KACANG DUA KELINCI  
PADA KIOS DUA KELINCI DI PATI**

Diajukan Oleh:

**Eris Setyawan Junia Nugroho**

**2009-11-115**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2013**

# PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK KACANG DUA KELINCI PADA KIOS DUA KELINCI DI PATI

Skripsi ini diajukan untuk dipertahankan di hadapan tim penguji ujian skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

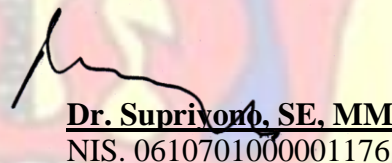
Kudus, 2013

Mengetahui  
Ketua Progd

Pembimbing I



Noor Azis, SE., MM.  
NIS. 0610701000001179



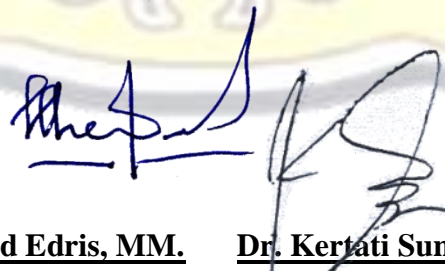
Dr. Supriyono, SE, MM  
NIS. 0610701000001176

Mengetahui  
Dekan

Pembimbing II



Dr. drs. H. Mochamad Edris, MM.  
NIS. 0610702010101021



Dr. Kertati Sumekar, SE, MM  
NIS. 0610701000001188

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang tidak menyadari betapa dekatnya dengan keberhasilan, saat mereka menyerah.  
(Thomas Alfa Edhison )
- Cara untuk menjadi di depan adalah memulai sekarang. Jika memulai sekarang, tahun depan Anda akan tahu banyak hal yang sekarang tidak diketahui, dan Anda tak akan mengetahui masa depan jika Anda menunggu-nunggu. (William Feather)
- Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja. Mereka tidak menyia-nyiakkan waktu untuk menunggu inspirasi.  
(Ernest Newman)
- Kebanyakan dari kita tidak mensyukuri apa yang sudah kita miliki, tetapi kita selalu menyesali apa yang belum kita capai.  
(Schopenhauer)

### PERSEMBAHAN

Untuk:  
orang tuaku,  
para guruku,  
rekan sejawatku,  
istri dan anak-anakku  
dan generasi penerusku.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang menguasai seluruh alam atas karunia dan rahmat-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Kacang Dua Kelinci Pada Kios Kacang Dua Kelinci Di Pati”.

Skripsi ini disusun sebagai bahan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai Sarjana Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia Universitas Muria Kudus. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini:

1. Prof. Dr. dr. Sarjadi, SP.PA., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. drs. H. Mochammad Edris, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Dian Noor Azis, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono, SE, MM, selaku pembimbing I dan Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dan ketekunan memberikan dorongan, bimbingan, pengarahan serta saran-saran dalam pembuatan skripsi hingga selesai.
5. Para dosen jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
6. Bapak/Ibu yang telah membantu doa dan semangat hingga terselesaikannya pembuatan skripsi ini.

7. Istri dan anak-anakku tersayang yang telah memberikan motivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini hingga selesai.
8. Rekan-rekan mahasiswa dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa jurusan ekonomi manajemen sumber daya manusia khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kudus,

2013

Penulis





signifikan secara simultan antara variabel bauran pemasaran (*product, price, place, dan promotion*) terhadap penjualan (0,000).

Diharapkan agar kios Dua Kelinci dapat mempertahankan penjualan yang ada dengan mempertahankan faktor-faktor bauran pemasaran yang terdiri dari *product, price, place, dan promotion*.

Kata kunci : *product, price, place, promotion*, penjualan

Kepustakaan : 23 pustaka (2001 – 2013)



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	6
2.2 Pengertian Pemasaran .....	15
2.3 Tujuan Pemasaran .....	18
2.4 Pengertian Strategi Pemasaran .....	21



2.5	Jenis-jenis Strategi Pemasaran .....	24
2.6	Pengertian Marketing Mix .....	29
2.7	Unsur-unsur <i>Marketing Mix</i> .....	31
2.8	Pengertian Penjualan .....	38
2.9	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	39
2.10	Kerangka Pikir.....	46
2.11	Hipotesis.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Rancangan Penelitian .....	48
3.2	Variabel Penelitian .....	50
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	51
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	52
3.5	Populasi dan Sampel .....	53
3.6	Pengumpulan Data .....	54
3.7	Pengolahan Data .....	55
3.8	Analisis Data .....	56
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	60
4.2	Analisis Deskriptif .....	64
4.3	Analisis Statistik .....	76
4.4	Pembahasan .....	83

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	92

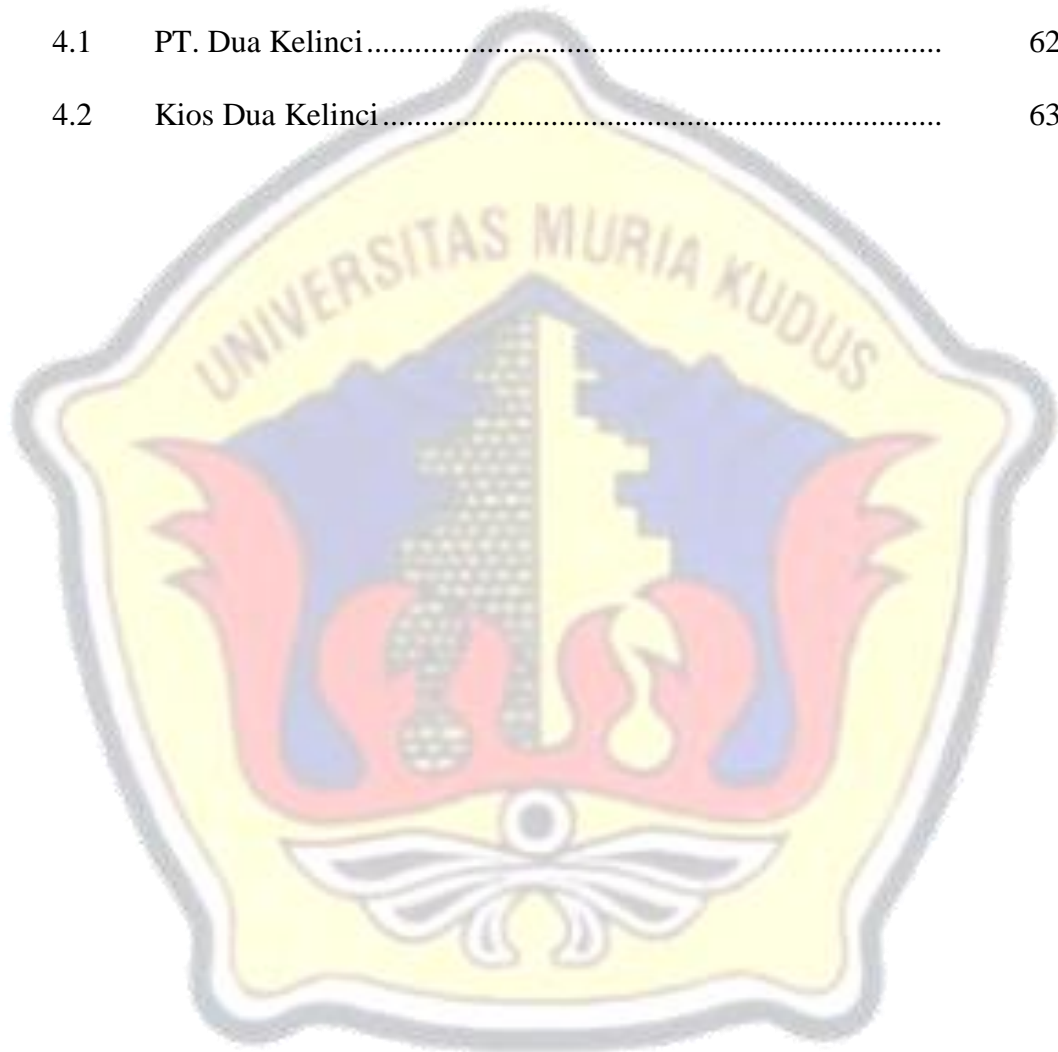


## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu.....	39
4.1	Pengujian Validitas Variabel Penelitian .....	64
4.2	Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian .....	65
4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	66
4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....	67
4.6	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	68
4.7	Tanggapan Responden Tentang <i>Product</i> ( $X_1$ ) .....	69
4.8	Tanggapan Responden Tentang <i>Price</i> ( $X_2$ ) .....	70
4.9	Tanggapan Responden Tentang <i>Place</i> ( $X_3$ ) .....	72
4.10	Tanggapan Responden Tentang <i>Promotion</i> ( $X_4$ ) .....	73
4.11	Tanggapan Responden Tentang Penjualan (Y) .....	74
4.12	Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda .....	76
4.13	Output SPSS Hasil Uji t .....	79
4.14	Hasil Uji F (Anova) .....	81
4.15	Nilai Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1	Proses Perencanaan Pemasaran.....	9
2.2	Kerangka Pikir.....	46
4.1	PT. Dua Kelinci.....	62
4.2	Kios Dua Kelinci.....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- 1 Kuesioner
- 2 Data Hasil Penelitian
- 3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
- 4 Frekuensi Identitas Responden
- 5 Frekuensi Jawaban Responden
- 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- 7 Tabel r dan Tabel t
- 8 Tabel F





