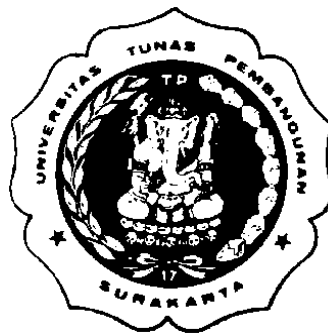


**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN GARAM KONSUMSI BERIODIUM
MEREK “KRATON” DI KABUPATEN PATI**

SKRIPSI



Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan
S u r a k a r t a

Oleh :

**HIDAYAT PRASETYO
NIM : C0117 077**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
S U R A K A R T A
2 0 2 0**

Surakarta,2020

Disetujui dan diterima baik
Untuk dipertahankan
Pembimbing I



(Drs. Muh. Nurhadi S, M.M)

Pembimbing II



(Drs. Suharyoko, M.Si)

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN GARAM KONSUMSI BERIODIUM
MEREK "KRATON" DI KABUPATEN PATI**

Oleh :

HIDAYAT PRASETYO

NIM : C0117 077

Telah dipertahankan dan diterima baik sebagai syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan
Surakarta

Surakarta,2020

Penguji

1. Dra. Hj. Mrihrahayu Rumaningsih M.M (Ketua)
2. Drs. Trio Handoko, M.M (Sekretaris)
3. Drs. Muh. Nurhadi Sulistyono, M.M (Anggota)

Tanda Tangan



Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan
Surakarta



(Drs. Trio Handoko, M.M)

MOTTO :

- ☞ " Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua."
(Aristoteles).
- ☞ "Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal,
tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh."
(Confusius)
- ☞ "Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita
baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik."
(Evelyn Underhill)

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

-
- *Kedua orang tua'ku, Bapak Sutiyo dan Ibu Sri Suyamti yang telah mengasuh, mengasih dan mengasah 'ku.*
 - *Kakak 'ku Indah Praseto yang selalu memotivasi hidup'ku.*
 - *Seseorang yang selalu support "Sichatul Fitriyah"*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan YME karena dengan segala limpahan rahmat, kesehatan, dan kekuatannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Garam Konsumsi Beriodium Merek “Kraton” Di Kabupaten Pati”.

Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis banyak sekali menemukan hambatan ataupun kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak dan tentunya rahmat Tuhan YME, akhirnya penulis dapat mengatasinya. Maka penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yang Terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Tresna Priyana Soemardi, SE, MS. selaku Rektor Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
2. Drs. Trio Handoko, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
3. Drs. Muh. Nurhadi Sulistyono, M.M, selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan-bimbingan sehingga terselesikannya skripsi ini.
4. Drs. Suharyoko, M.Si, selaku pembimbing pendamping yang dengan penuh kesabaran telah memberi bimbingan dan petunjuk kepada peneliti dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Pimpinan perusahaan Garam Konsumsi Beriodium Merek “Kraton” di Kabupaten Pati yang telah berkenan memberikan izin pada perusahaan yang dipimpinnya.
6. Seluruh masyarakat di Kabupaten Pati yang terpilih jadi responden, terima kasih atas bantuannya sehingga terselesikannya penelitian ini.

7. Bapak/Ibu Dosen beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta yang telah membantu dalam urusan surat menyurat dan perijinan serta bantuannya selama kuliah.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulisan secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik mengenai materi, sistematika penulisannya maupun cara-cara pembahasannya karena terbatasnya pengetahuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan selalu peneliti terima dengan senang hati.

Surakarta,..... 2020

Peneliti,
Hidayat Praseto

ABSTRAK

Hidayat Prasetyo. NIM: C. 0117.077. Judul: **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN GARAM KONSUMSI BERIODIUM MEREK “KRATON” DI KABUPATEN PATI.** Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan (UTP). Januari, 2020.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk menguji dan mengukur pengaruh bauran pemasaran terhadap tingkat penjualan Garam Konsumsi Beriodium Merek “Kraton” di Kabupaten Pati. (2) Untuk mengetahui faktor bauran pemasaran yang paling dominan pengaruhnya terhadap tingkat penjualan Garam Konsumsi Beriodium Merek “Kraton” di Kabupaten Pati.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Garam Konsumsi Beriodium Merek “Kraton” di Kabupaten Pati. Subjek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah konsumen Garam Konsumsi Beriodium Merek “Kraton”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 pelanggan.

Hasil penelitian ditemukan bahwa baik secara parsial maupun secara simultan bauran pemasaran yang terdiri dari; produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh terhadap tingkat penjualan Garam Konsumsi Beriodium Merek “Kraton”. Diketahui pula bahwa variabel distribusi paling dominan pengaruhnya terhadap tingkat penjualan Garam Konsumsi Beriodium Merek “Kraton”.

Variasi tingkat penjualan Garam Konsumsi Beriodium Merek “Kraton” dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran sebanyak 63%, sedangkan sisanya 37% dijelaskan oleh factor lain di luar model penelitian ini

Kata kunci: bauran pemasaran, tingkat penjualan, regresi linier berganda.

ABSTRACT

Hidayat Prasetyo. NIM: C. 0117.077.. Title : **THE EFFECT OF MARKETING MIX ON THE SALES LEVEL OF "KRATON" IODIUM BRAND SALT CONSUMPTION IN PATI DISTRICT**. Thesis. Surakarta: Faculty of Economics and Bussiness, Tunas Pembangunan University (UTP). January, 2020.

The objectives of this study were: (1) To examine and measure the effect of marketing mix on the level of sales of "Kraton" Brand Iodized Consumption Salt in Pati Regency. (2) To determine the most dominant marketing mix factor influence on the level of sales of "Kraton" Brand Iodized Consumption Salt in Pati District.

This research was conducted at the "Kraton" Brand Iodized Consumption Salt Company in Pati District. The subjects used in this study were consumers of "Kraton" Iodized Consumption Salt. The samples used in this study were 100 customers.

The results found that both partially and simultaneously the marketing mix consisted of; product, price, distribution and promotion influence the level of sales of "Kraton" Iodized Consumption Salt. It is also known that the most dominant distribution variable influence on the level of sales of "Kraton" Brand Iodized Consumption Salt.

Variations in sales levels of "Kraton" brand iodized consumption can be explained by a marketing mix of 63%, while the remaining 37% is explained by other factors outside this research model.

Keywords: marketing mix, sales level, multiple linear regression

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIOTESIS	6
A. Kajian Teori	6
1. Pemasaran	6
2. Manajemen Pemasaran	8
3. Bauran Pemasaran	15
4. Penjualan	17
5. Penelitian Terdahulu	20
B. Kerangka Pemikiran	22
C. Hipotesis	22

BAB III. METODE PENELITIAN	24
A. Ruang Lingkup Penelitian	24
B. Populasi dan Sampel	24
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25
D. Jenis dan Sumber Data	26
E. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Uji Instrumrn Penelitian	27
F. Teknik Analisis Data	28
BAB IV. HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Deskripsi Objek Penelitian	33
B. Deskripsi Responden	39
C. Deskripsi Responden	41
D. Hasil Uji Instrumen Penelitian	43
E. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
F. Pembahasan	50
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran-saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1. Perbandingan Garam KIO ₃ dan Air.....	35
Tabel IV.2. Karakteristik Responden.....	38
Tabel IV.3. Hasil Uji Validitas Variabel Penjualan	40
Tabel IV.4. Hasil Validitas Variabel Produk	40
Tabel IV.5. Hasil Validitas Variabel Harga	41
Tabel IV.6. Hasil Validitas Variabel Distreibusi.....	42
Tabel IV.7. Hasil Validitas Variabel Promosi	43
Tabel IV.8. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas	44
Tabel IV.9. Hasil Analisis Regresi	45
Tabel IV10. Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel IV11. Hasil Uji Heterokedstisitas	46
Tabel IV12. Hasil Analisis Uji t (t test)	46
Tabel IV11. Hasil Analisis Uji F (Ftest).....	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar.1. Kerangka Pemikiran	22
Gambar.2 Proses Pembuatan Garam Beriodium	37
Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas	47
Gambar 4. Uji Normalitas P-Plot	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	65
Lampiran 2. Tabulasi Data kuesioner Experiental Marketing dan Loyalitas Pelanggan Produk Najima Skincare	70
Lampiran 3A Hasil Uji Validitas Pertanyaan Loyalitas Pelanggan	74
Lampiran 3B Hasil Uji Validitas Pertanyaan Panca Indra	75
Lampiran 3C Hasil Uji Validitas Pertanyaan Perasaan	76
Lampiran 3D Hasil Uji Validitas Pertanyaan Berfikir	76
Lampiran 3E. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kebiasaan	77
Lampiran 3F. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Pertalian	77
Lampiran 4A Uji Reliabilitas Pertanyaan Loyalitas Pelanggan	78
Lampiran 4B Uji Reliabilitas Pertanyaan Panca Indra	79
Lampiran 4C Uji Reliabilitas Pertanyaan Perasaan	80
Lampiran 4D Uji Reliabilitas Pertanyaan Berfikir	81
Lampiran 4E. Uji Reliabilitas Pertanyaan Kebiasaan	82
Lampiran 4F. Uji Reliabilitas Pertanyaan Pertalian	83
Lampiran 5. Data Persiapan Uji Statistik	84
Lampiran 6. Hasil Uji Statistik deskriptif	87
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi	91
Lampiran 8. Presensi Konsultasi Skripsi	98
Lampiran 9. Surat Keterangan Ijin Penelitian.....	99

