

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX*  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA BANDUNG  
SPORT DISTRO MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi : Manajemen



Disusun Oleh ;

**NURUL HASANUDDIN**

**01.221.006**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

**2006**

## LEMBAR PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI

Nama : Nurul Hasanuddin  
Nomor Pokok : 01.221.006  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX*  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA  
BANDUNG SPORT DISTRO MALANG

Malang, April 2006

### DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



(Dra. Erna Setijani, MM)

Pembimbing



(Dra. Hj. Aniek Sustiani, MM)

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nurul Hasanuddin  
Nomor Pokok : 01.221.006  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX*  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA  
BANDUNG SPORT DISTRO MALANG

Malang, April 2006

### DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



(Dra. Erna Setijani, MM)

Pembimbing



(Dra. Hj. Aniek Sustiani, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Drs. Maxion Sumtaky, M.Si)

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN PADA BANDUNG SPORT DISTRO MALANG**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

**NURUL HASANUDDIN**

01.221.006

Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 9 Juni 2006

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



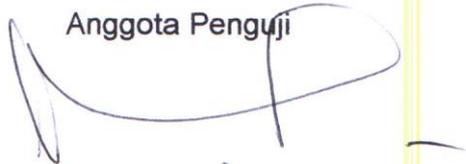
Dra. Hj. Aniek Sustiani. MM

Sekretaris Penguji



DR. Tanto Gatot S, M. si

Anggota Penguji



Drs. Petrus Djawa. MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi

Malang, 2006  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Merdeka Malang



  
**Drs. MAXION SUMTAKY, M.si**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : NURUL HASANUDDIN

Nomor Pokok : 01 221 006

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tempat / Tanggal Lahir : Sampang, 12 Januari 1983

Alamat : Ds, Sejati, Kec Camplong, Kab Sampang,  
Madura

Nama Orang Tua (Ayah) : H. Moh Fauzan  
(Ibu) : Hj. Azizah

Riwayat Pendidikan : Tahun 1995 Lulus SDN III Polagan Pamekasan  
Tahun 1998 Lulus SLTP Negari I Larangan  
Pamekasan  
Tahun 2001 Lulus SMA Negari 5 Pamekasan  
Tahun 2001 Terdaftar sebagai Mahasiswa  
Universitas Merdeka Malang.



Nomor : 049 / BSDM / IV / 2006  
Lampiran : -----  
Perihal : SURAT KETERANGAN

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan di bawah ini :

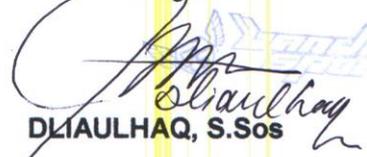
Nama : NURUL HASANUDDIN  
Nomor Pokok : 01.221.006  
Fakultas : Ekonomi / Manajemen  
Universitas : Merdeka Malang

Bahwa benar-benar telah melaksanakan penelitian pada perusahaan kami sebagai bahan acuan skripsi dengan judul PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA BANDUNG SPORT DISTRO MALANG.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 Mei 2006

Manager

  
DLIAULHAQ, S.Sos

## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas ijin dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“PENGARUH FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA BANDUNG SPORT DISTRO MALANG”**.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita sang revolusioner sejati baginda Rasulullah SAW yang telah hadir ke dunia ini, untuk mencanangkan berita bahagia, pertanda abad baru yang kertaraharja, serta menaikkan abad-abad perjuangan untuk melenyapkan kejahiliyaan, kezaliman, perpecahan dan kekecauan. Mengajak dan menuju umat mengenal Rabbul Alamin dan meng-Esakan yaitu Iman dan Islam.

Penyusunan skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Universitas Merdeka Malang. Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis telah banyak memperoleh bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Keluarga tercinta, Terutama Abah dan Umi tercinta, kakak serta adik-adik tersayang yang telah memberikan motivasi baik moril maupun materiil demi kesuksesan kuliahku.

2. Drs. Maxion Sumtaki, Msi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
3. Dra. Erni Setijani, MM. selaku Ketua Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
4. Dra. Hj. Aniek Sustiani. MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu memberikan bimbingan, saran dan kritikan.
5. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang yang banyak membantu dalam pengurusan skripsi
6. Kepada Mas Dliaulhaq, S. Sos selaku Manager dan seluruh Karyawan Bandung Sport Distro atas kerja samanya yang telah memberikan banyak kemudahan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, karena keterbatasan kemampuan penulis. Semuga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca semua.

Malang, Mei 2006

Penulis



# *Special Thank's*



*Abah sareng Umi atas do'a, dorongan dan dukungan  
baik materil lebih-lebih sprituil yang tiada batasnya...*

*Kakak dan adikku semua love you all.....*

*Dek ale' gentungan ateh mator sekalangkong  
atas motivasi dan supportnya.*

*Dek cah- kancah se gantheng ben se radhin, Rudi ST,  
Sofyan, Basuki, Masduk, Surya, Zurta, Big Boss, Moyan,  
Hasbi Error, Omega Comp, Indi, Iput, Rurin,  
Eeng, Ayah Dedi thanks SPSSnya,  
cah-kancah se tak etoles tak langkong jek ghighir*

*M 5038 AC yang selalu setia menemani  
perjalanan panjangku suka dan duka*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	v
SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
LEMBAR UCAPAN TERIMA KASIH .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAKSI SKRIPSI .....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Balakang Penelitian .....	1
B. Perumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Kegunaan Penelitian .....	3
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian <i>Marketing</i> dan <i>Marketing Mix</i> .....	4
B. Fungsi Pokok <i>Marketing Mix</i> .....	7

C. Produk .....	12
1. Pengertian Produk .....	12
2. Penggolongan .....	13
D. Harga .....	16
1. Konsep Harga .....	16
2. Tujuan Kebijakan Penetapan Harga .....	16
3. Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Dalam Penetapan Harga .....	19
E. Saluran Distribusi .....	20
1. Pengertian Saluran Distribusi .....	20
2. Fungsi Saluran Distribusi .....	21
3. Tipe-tipe Saluran Distribusi .....	22
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi .....	23
F. Promosi .....	24
1. Pengertian Promosi .....	24
2. Tujuan Promosi .....	25
G. Hubungan <i>Marketing Mix</i> Dan Volume Penjualan..	26
H. Hipotesis .....	27

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel .....	28
B. Definisi Operasional Variabel .....	29
C. Ruang Lingkup Penelitian .....	31

	D. Lokasi Penelitian .....	32
	E. Populasi dan Tehnik Penarikan Sampel .....	32
	F. Sumber Data .....	33
	G. Tehnik Pengumpulan Data .....	34
	H. Tehnik Analisa Data .....	35
<b>BAB IV</b>	<b>: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Hasil Penelitian .....	39
	1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	39
	2. Bentuk Hukum Perusahaan .....	40
	3. Lokasi Perusahaan .....	40
	4. Aktifitas Perusahaan .....	40
	5. Struktur Organisasi .....	42
	B. Analisis Hasil Penelitian .....	52
	1. Deskripsi Umum Hasil Penelitian .....	52
	2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	66
	3. Pembahasan Hasil Penelitian .....	68
	C. Implementasi Hasil Penelitian .....	74
<b>BAB V</b>	<b>: KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Kesimpulan .....	76
	B. Saran .....	77

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

### Tabel

1. Jenis Kelamin Responden .....	53
2. Umur Responden .....	53
3. Pekerjaan Responden .....	54
4. Tingkat Pendidikan Responden .....	55
5. Jawaban Indikator Produk Sesuai dengan Keinginan Konsumen .....	56
6. Jawaban Indikator Kesesuaian Harga yang Ditawarkan .....	56
7. Jawaban Indikator Produk Mengikuti Trend Mode .....	57
8. Jawaban Indikator Harga di Bandung Sport Distro Termasuk Terjangkau .....	58
9. Jawaban Indikator Besarnya Harga .....	58
10. Jawaban Indikator Harga mempengaruhi Pembeli .....	59
11. Jawaban Indikator Bandung Sport Distro Termasuk sangat Strategis .....	60
12. Jawaban Indikator Mempengaruhi Pembelian Produk .....	60
13. Jawaban Indikator Lokasi Mempengaruhi Pembelian .....	61
14. Jawaban Indikator Pelaksanaan Promosi .....	62
15. Jawaban Indikator Promosi Mempengaruhi Pembeli .....	62
16. Jawaban Indikator Promosi Tentang Bandung Sport Distro Mempengaruhi Pembelian Konsumen .....	63

17. Jawaban Indikator Kepuasan Konsumen .....	64
18. Jawaban Indikator produk yang Ditawarkan .....	64
19. Jawaban Indikator Informasi tentang Produk	
Bandung Sport Distro .....	65
20. Hasil Test Validitas .....	66
21. Hasil Test Reliabilitas .....	68
22. Ringkasan Hasil Analisis Linear Regresi .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Struktur Organisasi ..... 43
2. Proses Aliran Barang Masuk ..... 52

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Contoh Kuisisioner
2. Data Hasil Penyebaran Kuisisioner
3. Frekuensi Tabel untuk Semua Item Pertanyaan
4. Data Hasil Uji Reliabilitas
5. Data Hasil Uji Validitas
6. Data Hasil Analisa Regresi
7. Berita Acara Bimbingan Skripsi
8. Berita Acara Kegiatan Penelitian
9. Perbaikan Skripsi

## ABSTRAKSI

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Faktor-faktor *Marketing Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada Bandung Sport Distro Malang”** Merupakan hasil penelitian pada Bandung Sport Distro. Pentingnya arti *Marketing Mix* terhadap Volume penjualan adalah terdiri dari beberapa variabel yang merupakan kegiatan pemasaran yaitu produk, harga, saluran distribusi dan promosi, dimana masing-masing variabel saling berhubungan dan saling mempengaruhi serta tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya walaupun masing-masing variabel mempunyai strategi sendiri.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh faktor *Marketing Mix* (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) terhadap volume penjualan dan untuk menganalisis variabel manakah yang sangat berpengaruh atau dominan diantara faktor-faktor *Marketing Mix* (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) terhadap volume penjualan. Sedangkan hipotesisnya yaitu diduga bahwa *Marketing Mix* (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) mempunyai pengaruh yang positif (signifikan) terhadap volume penjualan pada Bandung Sport Distro dan diduga bahwa produk yang sangat berpengaruh atau dominan diantara faktor-faktor *Marketing Mix* (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) terhadap volume penjualan pada Bandung Sport Distro Malang.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah regresi linear berganda, uji t, dan uji F, serta uji bobot untuk mengetahui variabel yang sangat berpengaruh atau dominan terhadap volume penjualan.

Persamaan regresinya adalah  $Y = 0,935 + 0,305 X_1 + 0,302 X_2 + 0,201 X_3 + 0,212 X_4$ , dari nilai koefisien regresi tersebut dapat diartikan bahwa *Marketing Mix* (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan pada Bandung Sport Distro. Koefisien korelasi berganda sebesar (R) sebesar 0,9069 (mendekati 1) menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara produk, harga, saluran distribusi dan promosi, hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,939 menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel produk, harga, saluran distribusi dan promosi memberikan kontribusi 93,9% terhadap volume penjualan. Sedangkan sisanya sebesar 6,1% disebabkan oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini seperti budaya, kelas sosial dan lain-lain.

Selanjutnya uji hipotesis dengan menggunakan uji F, probabilitas sebesar  $0,000 < = 5\%$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, serta uji t dengan probabilitas sebesar 0,011 dan 0,012 dan 0,042 dan  $0,040 < = 5\%$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya produk, harga, saluran distribusi dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

Nilai koefisien regresi produk = 0,305 > harga = 0,302 saluran distribusi = 0,201 promosi = 0,212 artinya produk mempunyai pengaruh yang dominan dari pada harga, saluran distribusi dan promosi terhadap volume penjualan pada Bandung Sport Distro Malang.