

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK IKAN
KALENG ISABELLA PADA PT. SINAR PURE FOODS
INTERNASIONAL BITUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen**



**Disusun Oleh :
Selin Dion Kukihi
19022000202**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Selin dion kukihi

NIM : 19022000202

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi: S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Marketing Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella Pada PT. Sinar Pure Foods Internasional Bitung

..

Malang, 11 September 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing



(Irany Windhyastiti, S.E.,M.M.)



(Drs. Nirwana, M.M.)



Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Fajar Supanto.,SE.,M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK IKAN KALENG ISABELLA PADA PT. SINAR PURE FOODS INTERNASIONAL BITUNG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Selin dion kukihi
19022000202

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 21 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

(Drs.Nirwana, M.M)

Sekretaris Penguji

(Dr. Syaiful Arifin, SE,.M.Si)

Anggota Penguji



(Prof. Dr. Widji Astuti, SE,.MM,.CPM.A)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 11 September 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Dr. Faier Supanto, SE,.M.Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Selin dion kukihi

NIM : 19022000202

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh marketing mix terhadap peningkatan penjualan produk ikan kaleng isabella pada PT. Sinar pure foods internasional bitung

Lokasi yang Diteliti : Bitung, Sulawesi Utara.

Alamat Rumah Asli : Desa Meti, Kecamatan Tobelo Timur Halmahera Utara.

No. Telp : 082346239687

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 11 September 2023
Peneliti,



Selin Dion Kukihi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Selin Dion Kukihi
Nomor Pokok : 19022000202
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Tempat dan Tanggal Lahir : Meti, 23 April 2000
Alamat : Desa Meti, Kecamatan Tobelo Timur

Nama Orang Tua (Ayah) : Lodewik Kukihi

(Ibu) : Feronika Arehati

Riwayat Pendidikan :

2007 – 2012 : SD GMHI Meti

2013 – 2017 : SMP PGRI Tobelo

2016- 2018 : SMA KRISTEN Tobelo

2019–2023 : S1-Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karuniaNya Skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Marketing Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella Pada PT. Sinar Pure Foods Internasional Bitung “** ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Merdeka Malang.

Dalam penulisan ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, dorongan, dan bantuan yang sangat besar artinya bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Rudy Wahyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

1. Irfany Windhyastiti S.E.,M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
2. Drs. Nirwana, M.M Selaku Dosen Pembimbing yang sangat baik dan luar biasa dalam membimbing saya mulai dari penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai.
3. Papa, Mama, yang tercinta terima kasih atas doa dan dukungannya yang tidak pernah putus.
4. Kaka Elin, kaka Iwa, Siska, Relan ade Faron terima kasih untuk dukungannya selama ini
5. Untuk sahabat-sahabat Anti, ade Clara,Dewa, Apri terima kasih untuk dukungannya selama ini.
6. Serta teman-teman Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan yang tulus satu sama lain demi keberhasilan bersama

7. Penulis juga berterima kasih kepada pihak-pihak lain yang ikut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini namun tidakdapt disebutkan satu persatu

.

Malang,11 September 2023

Penulis

Selin dion Kukihi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	5
1. Manajemen Pemasaran	5
2. Tujuan Pemasaran	6
3. Strategi Pemasaran	7
4. Faktor-Faktor Strategi Pemasaran	8
5. Indikator Pemasaran	9
6. Penjualan	10
7. Pengertian Produk	11
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Konseptual	15
D. Hipotesis	15
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Definisi operasional	17
B. Lingkup penelitian	18
C. Lokasi penelitian	19
D. Populasi dan teknik sampel	19
E. Sumber data dan jenis data	20
1. Data primer	20
2. Data sekunder	20
F. Teknik Pengumpulan Data	21
G. Teknik analisis data	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	28
1. PT. Sinar Pure Foods Internasional	28
2. Data responden penelitian	29
3. Variabel penelitian	31
4. Uji instrumen penelitian	43
5. Uji hipotesis	51
B. Pembahasan Hasil Pembahasan	53
1. H1: <i>Produk</i>	53
2. H2: <i>Harga</i>	53

3. H3: <i>Ptomosi</i>	54
4. H4: <i>Tempat</i>	54
5. H5: <i>Produk, Harga, Promosi, Tempat</i>	54
6. H6: <i>Produk Berpengaruh Dominan</i>	55
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	56
B. Saran-Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2 Definisi Oprasionsl.....	17
Tabel 3 Skala Penelitian SPSS.....	18
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 5 Data Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 6 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	31
Tabel 7 Tangapan Responden Indikator Produk.....	32
Tabel 8 Tangapan Responden Indikator Harga.....	34
Tabel 9 Tangapan Responden Indikator Promosi.....	36
Tabel 10 Tangapan Responden Indikator Tempat.....	38
Tabel 11 Tangapan Responden Peningkatan Penjualan.....	40
Tabel 12 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 14 Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 15 Hasil Uji Multikolineritas.....	47
Tabel 16 Hasil Analisis Deskripsi.....	49
Tabel 17 Hasil Uji Regresi Liner Berganda.....	50
Tabel 18 Uji Parsial t.....	51
Tabel 19 Hasil Uji Simultan F.....	52
Tabel 20 Hasil Uji Determinasi R.....	53

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1 Karangka Konseptual.....	15
Tabel 2 Uji Hereskedastisitas.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	60
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	66
Lampiran 3 Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian.....	75
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas.....	76
Lampiran 5 Hasil Uji Multikolonearitas.....	76
Lampiran 6 Gambar Hereskedastisitas.....	77
Lampiran 7 Hasil Analisis Deskripsi.....	77
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
Lampiran 9 Hasil Uji Parsial t.....	78
Lampiran 10 Hasil Uji Simultan F.....	78
Lampiran 11 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	78
Lampiran 12 Uji Nilai r Tabel.....	79
Lampiran 13 Angket.....	82
Lampiran 14 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	85
Lampiran 15 Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	86
Lampiran 16 Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan.....	87

ABSTRAK

Sejalan dengan berkembang ilmu pengetahuan dan teknologi yang mengalami peningkatan penjualan dan perubahan dari waktu ke waktu membawa konsekuensi logis bagi dunia bisnis dengan menggeser nilai-nilai dan tuntutan kebutuhan keinginan manusia. Dimana produk atau jasa dihasilkan perusahaan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Kepuasan klien merupakan hal yang penting dalam keberhasilan memasarkan produk atau jasa. Kepuasan konsumen ditentukan oleh banyak faktor seperti strategi pemasaran yang menjadi perhatian peneliti dengan anggapan jika strategi pemasaran yang baik akan membuat konsumen puas. Penelitian ini bertujuan bisa mengetahui sejauh mana marketing mix dalam meningkatkan penjualan produk ikan kaleng Isabella di PT. Sinar Pure Foods Internasional Bitung dengan memperoleh responden sebanyak 60 dari jumlah populasi 220 pelanggan. Tekni penarikan sampel menggunakan *simple random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik analisis menggunakan regresi linear ganda. Hasil output SPSS versi 21 dapat diketahui hasil secara parsial bahwa indikator produk dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$, variabel harga dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ variabel promosi dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, variabel tempat dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Hasil output perhitungan data menggunakan SPSS versi 21 dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 314, dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel yang paling dominan terhadap peningkatan penjualan produk Ikan Kaleng Isabella Pada PT. Sinar Purefoods Internasional adalah variabel produk dengan nilai sebesar 0,147.

Kata kunci: Marketing Mix Terhadap Peningkatan Penjualan, Produk Ikan kaleng Isabella.

ABSTRACT

In line with the development of science and technology, sales have increased and changes over time have had logical consequences for the business world by shifting the values and demands of human needs and desires. Where the products or services produced by the company can be well received by consumers. Client satisfaction is important in successfully marketing products or services. Consumer satisfaction is determined by many factors such as marketing strategy which is of concern to researchers with the assumption that a good marketing strategy will make consumers satisfied. This research aims to find out the extent to which the marketing mix increases sales of Isabella canned fish products at PT. Sinar Pure Foods Internasional Bitung obtained 60 respondents from a population of 220 customers. The sampling technique uses simple random sampling. Data collection methods use questionnaires and interviews. The analysis technique uses multiple linear regression. From the output results of SPSS version 21, it can be seen partially that the product indicator has a significant value of $0.004 < 0.05$, the price variable has a significant value of $0.001 < 0.05$, the promotion variable has a significant value of $0.001 < 0.05$, the place variable has a significant value of $0.000 < 0.05$, so in general There is a partial positive and significant influence on increasing sales. The output results of data calculations using SPSS version 21 can be seen that the calculated F is 314, and the significant value is $0.00 < 0.05$. So H_0 is rejected and H_a is accepted. The most dominant variable in increasing sales of Isabella Canned Fish products at PT. Sinar Purefoods Internasional is a product variable with a value of 0.147.

Keywords: Marketing Mix to Increase Sales, Isabella Canned Fish Products.