

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ROKOK  
ARTA BINA GRAHA MALANG**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh:  
Hendri Prasetyo  
01.22.0197**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
2006**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hendri Prasetyo  
Nomor Pokok : 01.22.0197  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Volume  
Penjualan Pada Perusahaan Rokok Arta Bina Graha  
Malang

Malang,.....

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

Pembimbing

(Dra. Erna Setijani, MM)

(Drs. Abdul Manap Wardoyo, MM)

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si**

**PENGARUH *MARKETING MIX*  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA  
PERUSAHAAN ROKOK ARTA BINA GRAHA MALANG**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:  
**HENDRI PRASETIYO**  
**01.22.0197**

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 11 Agustus 2006

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua Penguji**

**Sekretaris Penguji**

Drs. Abdul Manap W, MM

Drs. H. Harianto Respati, MM

**Anggota Penguji**

Dra. Diah Widiawati, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Malang,.....

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Malang

**Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Hendri Prasetyo

Nomor Pokok : 01.22.0197

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. lahir : Malang, 24 Desember 1982

Alamat : Mendalanwangi 02/01. Wagir - Malang

Nama Orang Tua (Ayah) : Djayadi

(Ibu) : Mistianti

Riwayat Pendidikan : 2001 – 2006 Universitas Merdeka Malang

1998 – 2001 SMK “Nasional” Malang

1995 – 1998 SLTPN 1 Wagir – Malang

1989 – 1995 SDN 01 Sitirejo Wagir–Malang

1987 – 1989 TK “Dharma Wanita” Sitirejo.

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah Swt atas segala limpahan Taufik dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang”.

Penulis juga menyadari bahwa pelaksanaan dan penyelesaian skripsi ini karena adanya bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materiil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Abdul Manap Wardoyo, MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran, bimbingan dan masukan kepada penulis dalam pelaksanaan dan penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Harianto Respati, MM. selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan kritik, saran, masukan dan koreksi kepada penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Diah Widiawati, MM. selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan kritik, saran, masukan dan koreksi kepada penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Erna Setijani, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bimbingan dan kemudahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
5. Bapak Drs. Maxion Sumtaky, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin dan kemudahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Drs. Astiko, MM. selaku Dosen Wali yang memberikan bimbingan, saran, dukungan dan masukan kepada penulis mulai awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh pegawai/karyawan dan staf di Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang yang telah memberikan kemudahan, saran dan bimbingan yang berguna bagi penulis.
8. Ibunda, Ayah dan Adik tercinta yang telah memberikan dorongan, semangat, doa maupun materiil dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Sayangku, Lilis Khusnul Khotimah yang telah banyak sekali memberikan dukungan, motivasi, saran, doa, masukan maupun materiil kepada penulis mulai dari awal penelitian sampai terselesainya skripsi ini. Skripsi ini Mas persembahkan buat Sayang.....
10. Teman-teman kelas D angkatan 2001 yang telah memberikan dukungan, saran dan kerjasama dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga kebaikan dan ketulusan hati Bapak/Ibu serta rekan-rekan mendapat balasan dari Allah SWT, Amin. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan guna menyempurnakan skripsi ini berikutnya.

Malang, Agustus 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| Halaman Judul.....                                   | i    |
| Persetujuan Skripsi.....                             | ii   |
| Persetujuan Tim Penguji.....                         | iii  |
| Surat Keterangan Penelitian.....                     | iv   |
| Riwayat Hidup Penulis.....                           | v    |
| Kata Pengantar.....                                  | vi   |
| Daftar Isi.....                                      | viii |
| Daftar Tabel.....                                    | xi   |
| Daftar Gambar.....                                   | xiii |
| Daftar Lampiran.....                                 | xiv  |
| Abstrak.....   | xv   |
| <b>BAB I:       PENDAHULUAN</b>                      |      |
| A. Latar Belakang Masalah Penelitian.....            | 1    |
| B. Perumusan Masalah.....                            | 2    |
| C. Tujuan Penelitian.....                            | 3    |
| D. Kegunaan Penelitian.....                          | 3    |
| <b>BAB II:      LANDASAN TEORI</b>                   |      |
| A. Teori yang Melandasi Permasalahan Penelitian..... | 5    |
| 1. Pengertian Pemasaran.....                         | 5    |
| 2. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....             | 6    |
| 3. Fungsi-fungsi Pokok <i>Marketing Mix</i> .....    | 8    |

|   |    |
|---|----|
| 4. Variabel-variabel <i>Marketing Mix</i> .....                                       | 13 |
| 5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume<br>Penjualan.....                           | 35 |
| 6. Hubungan <i>Marketing Mix</i> dengan Volume<br>Penjualan.....                      | 36 |
| B. Hipotesis.....   | 39 |
| <b>BAB III:     METODE PENELITIAN</b>   |    |
| A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....                                 | 40 |
| B. Definisi Operasional Variabel.....   | 42 |
| C. Ruang Lingkup Penelitian.....  | 43 |
| D. Lokasi Penelitian.....   | 43 |
| E. Sumber Data.....   | 44 |
| F. Teknik Pengumpulan Data.....   | 44 |
| G. Teknik Analisis Data.....  | 45 |
| <b>BAB IV:     HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL<br/>              PENELITIAN</b> |    |
| A. Hasil Penelitian.....  | 50 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian.....   | 81 |
| C. Implementasi Hasil Penelitian.....   | 91 |
| <b>BAB V:     KESIMPULAN DAN SARAN</b>  |    |
| A. Kesimpulan.....  | 95 |
| B. Saran.....   | 96 |

## DAFTAR TABEL

|          |  |    |
|----------|--|----|
| Tabel 1  | Jumlah Karyawan Keseluruhan Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 2005.....  | 59 |
| Tabel 2  | Jumlah Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 2005.....   | 59 |
| Tabel 3  | Jadual dan Jam Kerja Karyawan Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 2005.....  | 61 |
| Tabel 4  | Biaya Pengembangan Produk Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 1999 – 2005.....   | 70 |
| Tabel 5  | Data Biaya Saluran Distribusi Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 1999 – 2005.....   | 73 |
| Tabel 6  | Harga Pokok per Pak Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 2005.....  | 74 |
| Tabel 7  | Data Potongan Harga Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 2005.....  | 75 |
| Tabel 8  | Data Biaya Promosi Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 1999 – 2005.....  | 76 |
| Tabel 9  | Data Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 1999 – 2005.....                                   | 77 |
| Tabel 10 | Data variabel-variabel <i>Marketing Mix</i> dan Volume Penjualan Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang Tahun 1999 – 2005 (Dalam Ribuan)..... | 82 |

|          |                   |    |
|----------|-------------------|----|
| Tabel 11 | Uji Korelasi..... | 83 |
| Tabel 12 | Anova.....        | 85 |
| Tabel 13 | Coefficient.....  | 86 |

## DAFTAR GAMBAR

|          |  |    |
|----------|--|----|
| Gambar 1 | Hubungan <i>Marketing Mix</i> dengan Volume Penjualan.....                     | 38 |
| Gambar 2 | Struktur Organisasi Perusahaan Rokok Arta Bina Graha<br>Malang Tahun 2006..... | 53 |
| Gambar 3 | Proses Produksi Perusahaan Rokok Arta Bina Graha<br>Malang.....                | 66 |
| Gambar 4 | Saluran Distribusi Perusahaan Rokok Arta Bina Graha<br>Malang Tahun 2005.....  | 72 |

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 *Regression*

Lampiran 2 *Anova*

Lampiran 3 *Coefficients*

Lampiran 4 *Correlations*

## ABSTRAK

Dalam dunia usaha terjadinya persaingan dalam memasarkan hasil produksi terutama bagi perusahaan-perusahaan yang sejenis adalah hal yang wajar. Produk, tempat (saluran distribusi), harga dan promosi merupakan variabel yang dapat mempengaruhi dan mendorong seorang konsumen untuk membeli barang yang kita pasarkan atau yang kita jual. Pertimbangan adanya persaingan dalam dunia usaha yang semakin kompetitif mendorong perlunya pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara intensif dan menjadi salah satu aktifitas pokok yang harus dilakukan produsen dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Sehingga Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang harus dapat mengetahui pengaruh *marketing mix* terhadap volume penjualan produknya. Dari uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dipilih judul : "Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang".

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan antara *marketing mix* dengan volume penjualan yang ada pada Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang.

Setelah mengumpulkan data, maka langkah penulis selanjutnya adalah melakukan kegiatan analisis untuk mengetahui hubungan *marketing mix* terhadap volume penjualan dan pengaruh *marketing mix* terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang. Setelah data dikumpulkan, data tersebut merupakan data mentah dan perlu dilakukan pengolahan data dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Science*). Adapun analisis yang digunakan adalah analisis korelasi berganda dan analisis regresi berganda.

Dari hasil analisis data didapatkan bahwa *marketing mix* mempunyai hubungan yang kuat terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Arta Bina Graha Malang dan *marketing mix* mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan.