

**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL *MARKETING MIX*  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN  
ROKOK KRETEK YALASUTRA WAGIR  
KABUPATEN MALANG**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh:  
Dedik Yuliono  
01.22.0187**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
2006**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dedik Yuliono  
Nomor Pokok : 01.22.0187  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Variabel-variabel *Marketing Mix* Terhadap  
Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Kretek  
Yalasutra Wagir Kabupaten Malang

Malang,.....

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

Pembimbing

(Dra. Erna Setijani, MM)

(Dra. Hj. Aniek Sustiani, MM)

**Dekan Fakultas Ekonomi**

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

**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL *MARKETING MIX*  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA**

**PERUSAHAAN ROKOK KRETEK YALASUTRA WAGIR  
KABUPATEN MALANG**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:  
**DEDIK YULIONO**  
**01.22.0187**

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 23 Agustus 2006

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua Penguji**

**Sekretaris Penguji**

Dra. Hj. Aniek Sustiani, MM

Prof. Drs. Thantawi AS, MS

**Anggota Penguji**

Drs. Rudi Wahyono, M.Si

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	:	Dedik Yuliono	
Nomor Pokok	:	01.22.0187	
Universitas	:	Merdeka Malang	
Fakultas	:	Ekonomi	
Program Studi	:	Manajemen	
Tempat dan Tgl. lahir	:	Malang, 29 Desember 1979	
Alamat	:	Slorok 20/05. Kromengan – Malang	
Nama Orang Tua (Ayah)	:	Hariono	
(Ibu)	:	Ria Aswati	
Riwayat Pendidikan	:	2001 – 2006	Universitas Merdeka Malang
	:	1995 – 1998	SMK “PGRI 2” Sumber Pucung. Malang
	:	1992 - 1995	SLTPN 2 Sumber Pucung. Malang
	:	1986 – 1992	SDN 02 Slorok. Sumber Pucung-Malang
	:	1984 – 1986	TK “Dharma Wanita” Slorok.

## 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 “Analisis Variabel-variabel *Marketing Mix* Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Rokok Kretek Yalashtra Wagir Kabupaten 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. Ibu Dra. Hj. Aniek Sustiani, MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran, bimbingan dan masukan kepada penulis dalam pelaksanaan dan penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Thantawi AS, MS. selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan kritik, saran, masukan dan koreksi kepada penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Rudi Wahyono, M.Si. 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 Yalashtra 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. Keluarga besar Hendri Prasetyo, yang telah memberikan dorongan, semangat, doa maupun materiil dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. "Dedengkot" SANTREN Ichang dan Bertho, yang telah banyak memberikan keceriaan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman kelas D angkatan 2001 yang telah memberikan dukungan, saran dan kerjasama dalam penyelesaian skripsi ini.
12. 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
Halaman judul.....	i
Halaman persetujuan skripsi.....	ii
Halaman persetujuan tim penguji.....	iii
Halaman surat keterangan penelitian.....	iv
Halaman riwayat hidup penulis.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Halaman daftar isi.....	vii
Halaman daftar tabel.....	xi
Halaman daftar gambar.....	xiii
Halaman daftar lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	2
D. Kegunaan Penelitian.....	3
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Teori yang melandasi permasalahan penelitian.....	4
1. Pengertian Pemasaran.....	4
2. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	5
3. Fungsi-fungsi pokok <i>Marketing Mix</i> .....	6

	4. Variabel-variabel <i>Marketing Mix</i> .....	11
	5. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan.....	33
	6. Hubungan <i>Marketing Mix</i> dengan volume penjualan.....	34
	B. Hipotesis.....	36
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	
	A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....	37
	B. Definisi Operasional Variabel.....	39
	C. Ruang Lingkup Penelitian.....	40
	D. Lokasi Penelitian.....	40
	E. Sumber data.....	40
	F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
	G. Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV</b>	<b>:HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
	A. Hasil Penelitian .....	45
	1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	45
	2. Organisasi dan Personalia .....	49
	3. Produksi.....	58
	4. Pemasaran.....	62
	5. Informasi Keuangan .....	66

6. Tujuan Perusahaan.....	66
7. Uji Hipotesis.....	70
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
1. Deskripsi Data.....	77
2. Analisis Data (Analisis regresi linier berganda).....	83
 BAB V :KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran.....	88
 DAFTAR PUSTAKA.....	89

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Jumlah Karyawan dan Tingkat Pendidikan Perusahaan Rokok Yalasutra Tahun 2006.....	54
2. Target dan Realisasi Produksi Perusahaan Rokok Yalasutra Tahun 2000-2005 (dalam bal).....	62
3. Data Variabel-Variabel <i>Marketing Mix</i> dan Volume Penjualan Perusahaan Rokok Yalasutra Tahun 2000 – 2005.....	70
4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model <i>Summary</i> .....	71
5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda “ANOVA”(uji f).....	72
6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda “Coefficients”(uji t).....	74
7. Perbandingan t Hitung dengan t Tabel.....	76
8. Data Produk (X1) Perusahaan Rokok Yalasutra Tahun 2000 – 2005.....	78
9. Data Harga (X2) Perusahaan Rokok Yalasutra Tahun 2000 – 2005.....	79
10. Data Saluran Distribusi Perusahaan Roko Yalasutra Tahun 2000 – 2005.....	80
11. Data Promosi (X4) Perusahaan Rokok Yalasutra Tahun 2000 – 2005.....	81

12.	Volume Penjualan Rokok Perusahaan Rokok Yalashtra 2000 – 2005.....	82
-----	---	----

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Hubungan <i>Marketing Mix</i> dengan Volume Penjualan.....	35
2. Struktur Organisasi Perusahaan Rokok Yalashtra 2006.....	50
3. Proses Produksi Perusahaan Rokok Yalashtra 2006.....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Hasil Analisis *Regression*

## ABSTRAK

Secara umum seluruh perusahaan menginginkan peningkatan volume penjualan secara terus menerus. Peningkatan volume penjualan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal termasuk variabel-variabel *marketing mix*. Tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel – Variabel *marketing mix* terhadap peningkatan volume penjualan.

Di dalam melaksanakan penelitian ini menggunakan alat untuk menganalisis variabel-variabel *marketing mix* hal ini dilakukan agar dalam menganalisis dapat menghasilkan hasil analisis yang akurat. Dalam menganalisis data menggunakan model regresi linier berganda dan diolah dengan program SPSS.10.00 dari pengolahan data ini dihasilkan analisis regresi berganda model *summary, anova* dan *coefficients*.

Dari pelaksanaan penelitian ini didapatkan data tentang variabel- variabel *marketing mix* serta volume penjualan tahun 2000 - 2005. Data – data tersebut diolah dengan menggunakan program SPSS.10.00 dan menghasilkan beberapa model analisis yaitu : model *summary* dengan nilai R sebesar 0,9998569 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel bebas (produk, harga, saluran distribusi dan promosi) dengan variabel terikat (volume penjualan), model *anova* dengan nilai  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel yaitu  $2620 > 9,1172$  hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (produk, harga saluran distribusi dan promosi) terhadap variabel terikat (volume penjualan), model *coefficients* menunjukkan bahwa variabel produk, saluran distribusi dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.