

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP
PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ROKOK
“LEMBANG JAYA” MALANG**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:
Ulfanik Chalidah
02.22.0285

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2006**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ulfanik Chalidah
Nomor Pokok : 02.22.0285
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **Pengaruh Marketing Mix Terhadap Penjualan Pada
Perusahaan Rokok "LEMBANG JAYA" Malang**

Malang,

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



(Dra. Erna Setijani, MM)

Pembimbing



(Dra. Diah Widiawati, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi




Drs. Maxion Sumtaky, M.Si

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP
PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ROKOK
“LEMBANG JAYA” MALANG**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Ulfanik Chalidah

02.22.0285

Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji
Pada Tanggal 24 february 2006

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dra. Diah Widiawati,MM

Sekretaris Penguji



Drs. Junianto Tjahyo,MM

Anggota Penguji



Drs. H. Syarif Hidayatullah,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



PR. LEMBANG JAYA

JL. LEMBANG 8 ☎ (0341) 324382, 326362, 368392, FAX. 325260

MALANG 65112

Hal : Surat Keterangan Penelitian
No : 16 / SK/PR.LJ/I/ 2006

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, selaku pimpinan PR. Lembang Jaya Malang dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini,

Nama : ULFANIK CHALIDAH

Universitas : Merdeka Malang

Jurusan : Management

Nomor Pokok : 02.220.285

BENAR, yang tersebut diatas telah melaksanakan penelitian pada perusahaan kami, guna menyelesaikan tugas akhir dengan judul Skripsi ‘ *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Penjualan Pada PR LEMBANG JAYA Malang* ‘

Demikian surat keterangan penelitian ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Malang, 27 Januari 2006



PR. "LEMBANG JAYA"
MALANG

Gunawan Sunyoto P.

Pimpinan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ulfanik Chalidah
Nomor Pokok : 02.22.0285
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Tempat dan Tgl. Lahir : Sidoarjo 16 Januari 1984
Alamat : Jl. Kauman II No.692 Malang
Nama Orang Tua (ayah) : Achmad Ulum
(ibu) : Lilik Choiriyah
Riwayat Pendidikan : 1. Lulus SDN Jarit 1 Lumajang Tahun 1996
2. Lulus SLTPN 1 Pasirian-Lumajang Tahun
1999
3. Lulus Smu Taman Harapan Klojen-Malang
Tahun 2002
4. Tahun 2002 Terdaftar Sebagai Mahasiswa
Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat **Allah SWT** karena begitu besar kasih dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ROKOK “LEMBANG JAYA” MALANG.**

Adapun tujuan dari penyusunan dan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Universitas Merdeka Malang.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dorongan dan do'a dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini tak lupa penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Maxion Sumtaky, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Dra. Erna Setijani, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu Dra. Diah Widiawati, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, masukan dengan sabar dan penuh cinta kasih sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
4. Segenap Bapak, Ibu Dosen beserta Staff Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.

5. Mbak Fury selaku staf bagian accounting Perusahaan Rokok “LEMBANG JAYA” Malang.
6. Segenap karyawan yang telah membantu terlaksannya kegiatan penelitian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, dan dorongan yang diberikan, kepada penulis mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa tak ada gading yang tak retak, oleh karena itu tentunya skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik guna kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi pembaca, Yayasan Universitas Merdeka Malang dan semua pihak yang membutuhkan.

Malang, Maret 2006

Penulis

(Ulfanik Chalidah)

Dedicated To:

1. Buat Ayah Ibuku, terutama mamiku tercinta makasih banget buat ketulusan do'a serta kasih sayangnya yang tiada batas, juga dukungannya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan bisa mencapai cita-citaku. I Love You Mam.
2. Kakak Ana tersayang, makasih ya dah bantuin adek ngetik and nganterin kemana-mana untuk urusan skripsi yang ruwet ini (walaupun agak matre gitu ...). Cayooo Cimung.
3. Adekku Chalid alias KBK ojo ngendok di kamar aza ya coz ntar jadi kepompong lho!!!!Thanks buat smsnya yang slalu nemenin kakak saat lelah ngerjain skripsi. Kakak cayang kamu.
4. Mbahku yang sabar ma yang agak cerewet tuch...(tapi sayang kok) matur numun atas segala ceramahnya sehingga anak tetap sabar menghadapi segala masalah.
5. Untuk sahabatku Dwi, Yudi thanks a lot.... Da kasih gue semangat hidup he...he..., aku ga akan nglupain kebaikan kalian berdua. Oh iya Dwi kalo balik ke Bogor titip salam ya ma Yudi suruh dia ke Malang...!!!! Aku kangen banget ma dia.
6. Ririn ... kamu kemana aja ???thanks ya buat tampungan curhatnya saat aku sedih kamu slalu dengerin aku. SEMANGAT ya buat skripsinya aku selalu mendukungmu.

7. Buat teman SMAku Dandi Virnanda kapan kamu ngajak aku nonton konser lagi???Aku da kangen nich.....Terus katanya kamu mau bikin lagu buat aku kapan...??? nitip salam ya ma temen-temen band kamu sukses terus n ga vakum lagi gietzu loh!!!!
8. Buat Rahadian thanks dah jadi temen terbaikku, meskipun kamu jauh aku slalu ada buat kamu. Aku sayang banget ma kamu.....!!!!
9. Piaraan kecilku si telinga panjang yang aku sayangi sally, puan, ciprut, armandillo etc...yang lucu-lucu dan imut-imuttau gak kalo kalian dah bantu aku ngilangin stress saat ngerjain skripsi. Tunggu aku yah ntar tak peluk satu-satu jangan berebutan ...!!!
10. Buat Dion thanks dah benahin komputerku meskipun masih ngadat saja, maybe pengen dibuang kali yach???
11. Oh ya buat temenku di Fakultas Hukum Tyas Adi...!!! Gak jadi mrs.missed call lagi ta?? He..he.. apa dah kerting tuch jari??
12. Dini, Anggel,Wiwin... kapan kalian ke rumah?? Aku dah gak sibuk lagi kok!!!so, kita bisa jalan-jalan lagi... Untuk Dini SEMANGAT ya buat ngerjain skripsinya. Aku gak bosan kok dengerin curhat kamu semoga berhasil dapetin nilai terbaik.OK!!!
13. Untuk radio tapeku he...he... meskipun kamu bukan orang tapi kamu berjasa banget buat hidupku coz kamu dah jadi sumber inspirasiku lewat lagu yang kau tuang and bisa aku dengerin tiap hari, sehingga aku bisa bikin puisi walaupun ampe kantuk-kantuk???kamu pokoknya is the best dech.

14. Temenku di kelas G yang gak bisa aku sebutin satu-satu pokok'e aku bangga bisa memiliki temen seperti kalian.
15. Buat semua pihak yang mungkin kelupaan aku tulis atas jasanya, maaf aja dech, kuharap kalian bisa ngerti, but thanks for everyting I Love You All.

*“BERSIKAPLAH OPTIMIS, PANDANGLAH MASA DEPAN
DENGAN PENUH HARAPAN DAN IMPIAN,
BELAJARLAH MELIHAT HAMBATAN SEBAGAI
TANTANGAN UNTUK DITAKLUKKAN DAN MASALAH
SEBAGAI KESEMPATAN YANG BAIK UNTUK
MEMPERKUAT KARAKTERMU ...!!*

(BY Fanik)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI	
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
HALAMAN KATA PENGANTAR	i
HALAMAN DAFTAR ISI	iii
HALAMAN DAFTAR TABEL	vii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Arti Pemasaran	5
B. Konsep Pemasaran	6
C. Arti Marketing Mix	6
D. Produk	7
1. Pengertian Produk	7
2. Klasifikasi Produk	7
E. Harga	8
1. Pengertian Harga	8
2. Tujuan Penetapan Harga	8
3. Metode Penetapan Harga	9
4. Prosedur Penetapan Harga	9

5. Faktor-faktor yang Perlu Dipertimbangkan Dalam Penetapan Harga	10
F. Saluran Distribusi	11
1. Pengertian Saluran Distribusi	11
2. Jenis Saluran Distribusi	11
3. Keuntungan Menggunakan Perantara	12
G. Promosi	13
1. Pengertian Promosi	13
2. Bauran Promosi	14
3. Tujuan Promosi	14
H. Penelitian Terdahulu	15
I. Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel	17
1. Identifikasi Konseptual Variabel	17
a. Variabel Bebas	17
b. Variabel Terikat	17
2. Definisi Konseptual Variabel	17
a. Marketing Mix	17
b. Penjualan	18
B. Definisi Operasional Variabel	19
C. Ruang Lingkup Penelitian	20
D. Lokasi Penelitian	21
E. Sumber Data	21
F. Jenis Data	21
G. Teknik Pengumpulan Data	22
H. Teknik Analisis Data	22

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	HASIL PENELITIAN	26
	A. Hasil Penelitian	26
	1. Sejarah Perusahaan	26
	2. Lokasi Perusahaan	27
	3. Bentuk Hukum Perusahaan	29
	4. Struktur Organisasi	29
	5. Organisasi dan Personalia	40
	6. Produksi dan Hasil Produksi	44
	7. Pemasaran	54
	a. Daerah Pemasaran	54
	b. Saluran Distribusi	54
	c. Penentuan Harga	55
	d. Potongan Harga	56
	e. Promosi	58
	f. Persaingan	59
	g. Target dan Realisasi Penjualan	60
	h. Keuangan Perusahaan	62
	i. Tujuan Perusahaan	62
	B. Pembahasan Hasil Penelitian	65
	1. Analisis Regresi Linear Berganda	66
	2. Uji F	68
	3. Uji T	71
	C. Implementasi Hasil Penelitian	76
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	80
	A. Kesimpulan	80
	B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1	Kelompok Tenaga Kerja	41
TABEL 2	Kualitas Pendidikan Karyawan	41
TABEL 3	Hari dan Jam Kerja Karyawan	42
TABEL 4	Produk yang Dihasilkan	52
TABEL 5	Data Target dan Realisasi Produksi	52
TABEL 6	Data Biaya Pengembangan Produk	53
TABEL 7	Data Biaya Saluran Distribusi	55
TABEL 8	Harga Rokok Per Pak	56
TABEL 9	Data Potongan Harga	57
TABEL 10	Data Potongan Harga Dengan Penjualan Secara Tunai Maupun Secara Kredit	57
TABEL 11	Data Biaya Promosi	59
TABEL 12	Data Target dan Realisasi Penjualan	60
TABEL 13	Data Target dan Realisasi Penjualan	64
TABEL 14	Data Hasil Penelitian	65
TABEL 15	Anova Hasil Analisis Data	69
TABEL 16	Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel}	72

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	Struktur Organisasi	31
GAMBAR 2	Proses Produksi	48
GAMBAR 3	Saluran Distribusi	54
GAMBAR 4	Kurva Uji t	71
GAMBAR 5	Kurva uji t	72
GAMBAR 6	Kurva uji t	73
GAMBAR 7	Kurva uji t	74

ABSTRAKSI

Seiring dengan kemajuan teknologi, persaingan yang sangat tinggi dan kebutuhan pasar yang semakin berbeda, maka dituntut setiap perusahaan memperhatikan kebijakan marketing mixnya agar selalu eksis dalam persaingan. Dalam hal ini penulis mengambil judul Pengaruh Marketing Mix Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Rokok "LEMBANG JAYA" Malang. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel marketing mix yang terdiri dari produk, saluran distribusi, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan pada Perusahaan Rokok "LEMBANG JAYA" Malang serta untuk mengetahui dari variabel mix yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi berpengaruh dominan terhadap penjualan.

Dalam penelitian di Perusahaan Rokok "LEMBANG JAYA" Malang penulis menggunakan alat analisis statistik yaitu analisis regresi berganda program SPSS. Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel marketing mix terhadap penjualan yang akan diuji menggunakan uji F dan uji t. Uji F berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan, sedangkan uji t untuk mengetahui pengaruh signifikansi antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial.

Dari hasil analisis uji F diketahui bahwa variabel marketing mix yang berupa produk, harga, saluran distribusi dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Dari hasil analisis uji t diketahui bahwa secara parsial variabel marketing mix berupa produk, harga, saluran distribusi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Dalam penelitian ini variabel yang berpengaruh terhadap penjualan adalah saluran distribusi. Dari hasil analisis regresi diketahui bahwa potongan harga mempunyai pengaruh negatif terhadap penjualan, untuk itu sebaiknya perusahaan menetapkan kebijakan yang lebih tepat terhadap potongan harga agar dapat meningkatkan penjualan.