

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
VOLUME PENJUALAN LIFT DAN ESCALATOR
PADA PT. TRI DABIR MANDIRI**

SKRIPSI

**Oleh:
SATRIO AJI PAMUNGKAS
201410325234**



**JENJANG SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume
Penjualan Lift dan Escalator pada PT. Tri Dabir
Mandiri

Nama Mahasiswa : Satrio Aji Pamungkas

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325234

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi

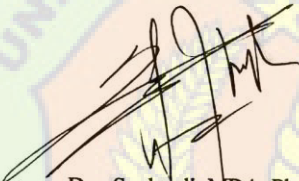
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2018

Bekasi, 17 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Soehardi, MBA, Ph.D

NIP. 1612275


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIP. 1602212

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume
Penjualan Lift dan Escalator pada PT. Tri Dabir
Mandiri

Nama Mahasiswa : Satrio Aji Pamungkas

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325234

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2018

Bekasi, 17 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Zahara Tussoleha Rony, SPD., MM
NIP. 041407204

Penguji I : Drs. Soehardi, MBA, Ph.D
NIP. 1612275

Penguji II : Ery Teguh Prasetyo, SE., MM
NIP. 0801130

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIP. 1602212

Dr. Rorim Panday, M.M., M.T

NIP. 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Lift dan Escalator pada PT. Tri Dabir Mandiri." ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, Juni 2018

Yang membuat pernyataan,



Satrio Aji Pamungkas

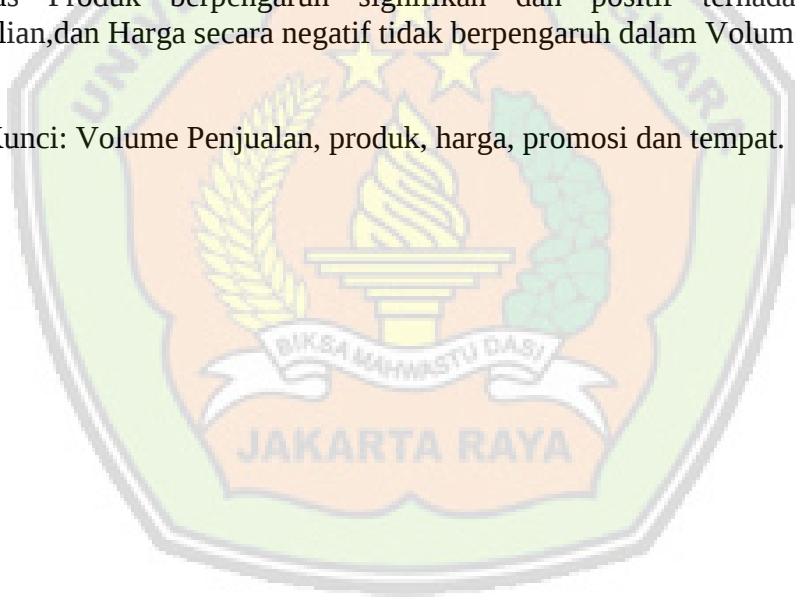
201410325234

ABSTRAK

Satrio Aji Pamungkas, 201410325234, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Lift dan Escalator pada PT. Tri Dabir Mandiri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Produk, Harga, Promosi, Tempat dan Volume Penjualan dalam penjualan meliputi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada PT. Tri Dabir Mandiri, dan Populasi dalam penelitian adalah pada konsumen yang membeli Produk di PT. Tri Dabir Mandiri. Populasi pada Teknik pengambilan Sampel yang digunakan ini yaitu dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu teknik dengan penyebaran Kuesioner dengan jumlah sebanyak 100 Responden yang diperoleh dari konsumen PT. Tri Dabir Mandiri. Metode Penelitian ini adalah Kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, dan uji Hipotesis menggunakan uji-T dan uji-F dengan tingkat signifikan 5%. Berdasarkan uji f dan liner berganda di tulis Produk, Harga, Promosi, Place berpengaruh terhadap Volume Penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Volume Penjualan pada PT. Tri Dabir Mandiri. Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, dan Harga secara negatif tidak berpengaruh dalam Volume Penjualan.

Kata Kunci: Volume Penjualan, produk, harga, promosi dan tempat.



ABSTRACT

Satrio Aji Pamungkas, 201410325234, Effect of Marketing Mix Against Sales Volume Lift and Escalator at PT. Tri Dabir Mandiri.

This study aims to determine how much influence the Product, Price, Promotion, Place and Sales Volume in sales include Price to Customer Purchase Decision at PT. Tri Dabir Mandiri, and Population in the research is on consumers who buy Products in PT. Tri Dabir Mandiri. Population on Sampling Technique used this is by using method of purposive sampling, that is technique with dissemination of Questionnaire with amount counted 100 Respondents obtained from consumer of PT. Tri Dabir Mandiri. This Research Method is Quantitative by using multiple linear regression analysis, and Hypothesis test using T-test and F-test with 5% significant level. Based on multiple f and liner test in Product, Price, Promotion, Place effect on Sales Volume. The results showed that sales have a significant and positive effect on Sales Volume at PT. Tri Dabir Mandiri. Product Quality has a significant and positive effect on purchase decision, and Price negatively has no effect in Sales Volume.

Keywords: Sales volume, product, price, promotion and place.



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4.3 Normalitas	46



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Produk	8
2.2.1 Pengertian Kelengkapan Produk	9
2.2.2 Indikator Produk	10
2.3 Harga	12
2.3.1 Indikator Harga	15
2.4 Promosi	16

2.4.1 Indikator Promosi.....	17
2.5 Tempat.....	17
2.5.1 Indikator Tempat.....	18
2.6 Pengertian Terhadap Volume Penjualan.....	18
2.6.1 Penjualan.....	18
2.6.2 Indikator Volume Penjualan	19
2.6.3 Tujuan Penjualan.....	19
2.6.4 Faktor-Faktor yang mempengaruhi penjualan	20
2.6.5 Pengertian Volume Penjualan.....	21
2.7 Penelitian Terdahulu	22
2.8 Kerangka Pikir	24
2.9 Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.4 Jenis dan sumber data.....	27
3.4.1 Data Primer	27
3.4.2 Data Sekunder	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.7 Instrumen Penelitian.....	33
3.8 Metode Analisis Data.....	33
3.8.1 Uji Validitas	33
3.8.2 Uji Reabilitas.....	34
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	34
3.8.3.2 Uji Multikolinieritas.....	35
3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	35
3.8.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.8.3.5 Uji Hipotesis	36

3.8.3.5.1 Uji Parsial.....	36
3.8.3.5.2 Uji Signifikan Simultan.....	36
3.8.3.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Sejarah Perusahaan.....	38
4.2 Karakteristik Responden	39
4.3 Analisis Data	40
4.3.1 Hasil Uji Kuesioner.....	40
4.3.1.1 Validitas	40
4.3.1.2 Reabilitas.....	44
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1 Uji Normalitas.....	45
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	46
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.5 Uji Regresi Linier Berganda	48
4.5.1 Persamaan Analisa Regresi Berganda.....	49
4.5.2 Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji t).....	50
4.5.3 Uji Simultan (Uji f)	51
4.6 Analisa Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.7 Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Implikasi Manajerial	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Kuesioner

Lampiran 4 Hasil Output SPSS

Lampiran 5 Tabel r

Lampiran 6 Tabel t

Lampiran 7 Tabel F



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pesaing Produk dan Harga Lift dan Escalator	2
Tabel 1.2 Data Pelanggan PT. Tri Dabir Mandiri Tahun 2016-2017	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Oprasional Fariabel Penelitian	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Faliditas Fariabel Produk.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Faliditas Variabel Harga.....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Faliditas Variabel Promosi	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Faliditas Variabel Tempat	43
Tabel 4.7 Hail Uji Faliditas Variabel Volume Penjualan	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas	44
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 4.10 Uji Heterokedatisitas.....	48
Tabel 4.11 Uji Regresi Berganda	49
Tabel 4.12 Uji Signifikansi Paramater Individu	50
Tabel 4.13 Uji Simultan (uji f).....	51
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	51

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah nya yang dilimpahkan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Lift dan Escalator Pada PT. Tri Dabir Mandiri”. Tujuan dari Penyusunan Skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam mengikuti Skripsi, penulisan banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulisan ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Dr (c) Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Rorim Panday, M.M., M.T, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Drs. Soehardi, MBA., P.H. D, selaku Ketua Pembimbing 1 yang telah membantu dalam menyelesaikan dan membimbing Penulis.
5. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M, selaku Pembimbing 2 yang telah membantu dalam menyelesaikan dan membimbing Penulis.
6. Konsumen yang turut membantu dalam pelengkapan penulis.
7. Teman/kerabat yang telah menyemangati dalam penulisan.
8. Kedua orang tua penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

Bekasi, Juni 2018

Penulis

Satrio Aji Pamungkas