

SKRIPSI

ANALISIS PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA AYAM GORENG ORGANIK (O'CHICKEN)

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Mendapatkan Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



OLEH:

IFDA YARANI

NIM : 2125080

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Ifda Yarani
Nim : 2125080
Judul Penelitian : Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ayam
Goreng Organik (*O'Chicken*).

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif
Program Studi Manajemen pada Rabu, 23 Juli 2025 dan telah dilakukan perbaikan
sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 28 Juli 2025

Pembimbing I


Dr. H. Afrijal, SE., MMAk, CA
NIDN. 1027076902

Pembimbing II


Dr. Hendry Kurniawan, SE., MM
NIDN. 1003078701

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I


Makmur, S.E., MMA, Ph.D
NIDN. 1010038001

Penguji II


Yulfita Aini, SE., MM
NIDN. 1024097802

Penguji III


Arfianti Novita Anwar, S.IP., MM
NIDN. 1013058302

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


Nurhavati, SE., M.Si
NIDN. 1026068605

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini, Saya:

Nama : Ifda Yarani
NIM : 2125080
Program Studi : Manajemen
Judul Penelitian : Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ayam Goreng Organik (*O'Chicken*).

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu instansi pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 07 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan


(Ifda Yarani)

ABSTRAK

Ifda Yarani, NIM : 2025080. 2025. Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ayam Goreng Organik (*O'Chicken*).

Pembimbing Utama : Dr. H. Afrijal, SE. MM. Ak.CA dan Pembimbing Kedua : Dr. Hendry Kurniawan, SE., MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengaruh dari produk, harga, tempat dan promosi terhadap volume penjualan pada usaha ayam organik yang bernama (*O'Chicken*). Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 70 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang dibantu oleh aplikasi SPSS 25. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk, harga, tempat dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, Secara simultan atau bersama – sama variabel produk, harga, tempat dan promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap volume penjualan. Rekomendasi bagi peneliti di masa depan adalah untuk menggunakan penelitian ini sebagai referensi dengan mengeksplor variabel lain yang tidak dicakup dalam studi ini.

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Volume Penjualan.

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : Ifda Yarani
NIM : 2125080
JUDUL PENELITIAN : Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ayam Goreng Organik (*O'Chicken*).

Telah diperiksa oleh pembimbing 1 dan pembimbing 2, dan dinyatakan telah layak untuk diajukan pada Sidang Skripsi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Pasir Pengaraian, Februari 2025

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. H.Afrijal, SE. MM.Ak.CA

NIDN. 1027076902

Dr. Hendry Kurniawan. SE.MM

NIDN. 1003078701

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Pasir Pengaraian

Arfianti Novita Anwar, S.IP,MM

NIDN. 1013058302

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin puji syukur kepada Allah SWT, akhirnya penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ayam Goreng Organik (*O'Chicken*).”. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yang selalu ada dan berdoa untuk putra dan putrinya tanpa batas kesabaran, sehingga menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr.Hardianto,M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
3. Ibu Nurhayati.,S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Arfianti Novita Anwar,S.IP,.MM selaku Ketua Program Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.

5. Bapak Dr. H.Afriyal, SE. MM.Ak.CA selaku pembimbing I yang telah sabar membimbing dan membagi waktu atas tanggung jawab dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
6. Ibu Dr. Hendry Kurniawan. SE.MM selaku pembimbing II yang telah sabar membimbing dan membagi waktu atas tanggung jawab dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
7. Para Dosen yang telah memberikan ilmu serta kritik dan saran yang sangat bermanfaat.
8. Semua Dosen beserta TU di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
9. Serta sahabat-sahabat seperjuangan yang telah membantu support untuk menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pasir Pengaraian, Januari 2025

Penulis

Ifda Yarani

Nim.2125080

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	12
2.1.1.1 Indikator Pemasaran (<i>Marketing</i>)	16
2.1.1.2 Manfaat Pemasaran (<i>Marketing</i>)	16
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>MarketingMix</i>).....	20
2.1.2.1 Indikator Bauran Pemasaran (<i>MarketingMix</i>)	24
2.1.2.2 Manfaat Bauran Pemasaran (<i>MarketingMix</i>).....	25
2.1.3 Volume Penjualan.....	26
2.1.3.1 Indikator Volume Penjualan	29
2.1.3.2 Manfaat Volume Penjualan	30
2.1.4 Penelitian Terdahulu Relevan.....	32

2.2 Kerangka Konseptual	34
2.3 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	38
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	39
3.5 Definisi Operasional Variabel	40
3.6 Analisis Data Instrumen Penelitian.....	42
3.6.1 Skala Pengukuran	42
3.6.2 Validitas, Reabilitas Instrument Penelitian dan Analisis Deskriptif	43
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda	45
3.6.5 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	51
4.2.1 Variabel Volume Penjualan	51
4.2.2 Variabel Bauran Pemasaran 4P.....	52
4.3 Karakteristik Responden	53
4.3.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.3.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
4.3.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.4 Analisis Data	56
4.4.1 Hasil Uji Validitas	56

4.4.2 Hasil Uji Reabilitas.....	57
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	57
4.4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
4.4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4.4.4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	63
4.4.5.1 Hasil Uji T (Parsial)	63
4.4.5.2 Hasil Uji F (Simultan)	66
4.4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.5 Pembahasan	67
4.5.1. Pengaruh Produk (<i>Product</i>) terhadap Volume Penjualan.....	68
4.5.2 Pengaruh Harga (<i>Price</i>) terhadap Volume Penjualan.....	68
4.5.3. Pengaruh Tempat (<i>Place</i>) terhadap Volume Penjualan.....	69
4.5.4 Pengaruh Promosi (<i>Promotion</i>) terhadap Volume Penjualan.....	69
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hasil Penjualan O'Chicken	5
Tabel 1.2 Data Penerapan Bauran Pemasaran	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Jumlah Konsumen O'Chicken	37
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Skala Likert	42
Tabel 3.4 Kisi - Kisi Instrument Penelitian	42
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Pada Variabel Volume Penjualan	51
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Pada Variabel Bauran Pemasaran	52
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas One Sample K-S	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.11 Hasil Uji T (Parsial)	64
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan)	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Objek Penelitian	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal Probability Plot.....	59
Gambar 4.3 Hasil Uji Scatter Plot.....	61