

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN MARKETING MIX 4P (PRICE, PRODUK, PLACE, PROMOTION) UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI D'HOUSE CAFE & RESTO PASIR PENGARAIAN

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu syarat
Penyusunan Skripsi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**JUNAIIDI SAPUTRA PARDOSI
2125040**

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

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : JUNAIDI SAPUTRA PARDOSI

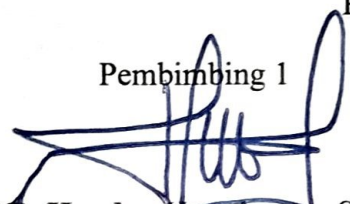
NIM : 2125040

JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PEMASARAN *MARKETING MIX*
4P (PRICE, PRODUK, PLACE, PROMOTION)
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN DI D'HOUSE CAFE & RESTO
PASIR PENGARAIAN.

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada ujian akhir Komprehensif program Studi Manajemen pada Rabu 16 Juli 2025 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji

Pasir Pengaraian, 21 Juli 2025

Pembimbing 1


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

Pembimbing II


Ratna Dewi, SE., MM
NIDN. 1016069401

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

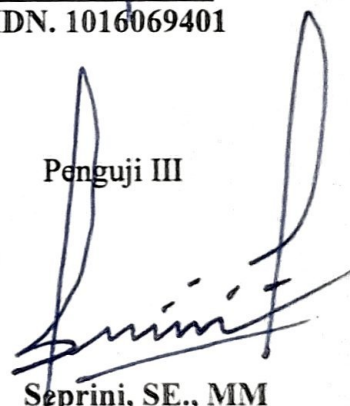
Penguji I


Dr. Heffi Christya Rahayu, SE., M.Si
NIDN. 1018067303

Penguji II


Dr. Afrijal, SE., MM., AK., CA
NIDN. 1027076902

Penguji III


Seprini, SE., MM
NIDN. 1025097804

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


Nurhayati, S.E., M.Si
NIDN. 1026068605

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
 BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL	
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Defenisi Pemasaran	15
2.1.2 Strategi Pemasaran	16
2.1.3 Marketing Mix	18
2.1.4 <i>Price</i> (Harga)	18
2.1.5 <i>Product</i> (Produk).....	19
2.1.6 <i>Place</i> (Tempat/ Distribusi).....	20
2.1.7 <i>Promotion</i> (Promosi)	21
2.1.8 Volume Penjualan	22
2.1.9 Analisis SWOT	23
2.2 Kerangka Konseptual	26
2.2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
2.2.2 Kerangka Pemikiran	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	31
3.1.1 Jenis Penelitian.....	31
3.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.2 Informan Penelitian.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.3.1 Jenis Data.....	32
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.4 Teknik Pengambilan Data	33
3.5 Definisi Operasional.....	34
3.6 Instrumen Penelitian.....	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Profil Usaha D'House Cafe & Resto Pasir Pengaraian	43
4.1.2 Struktur Organisasi D'House Cafe & Resto	45
4.1.3 Tugas & Tanggung Jawab Struktur Organisasi	46
4.1.4 Deskripsi Responden	50
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Hasil Wawancara.....	52
4.2.2 Hasil Analisis Strategi <i>Marketing Mix</i> 4P D'House Cafe & Resto	61
4.2.3 Hasil Analisis SWOT D'House Cafe & Resto	71
4.2.4 Hasil MATRIX SWOT	74
4.2.5 Hasil Perhitungan EFAS & IFAS D'House Cafe & Resto.....	81
4.3 Analisis dan Pembahasan	85
4.3.1 Pembahasan Hasil Wawancara	85
4.3.2 Pembahasan Strategi <i>Marketing Mix</i> 4P D'House Cafe & Resto	89
4.3.3 Pembahasan Hasil Analisis SWOT & MATRIX SWOT D'House Caf& Resto	91
4.3.4 Pembahasan Hasil IFAS & EFAS	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kabupaten Rokan Hulu.....	1
Tabel 1.2 Daftar Pesaing D’House Cafe & Resto di Pasir Pengaraian 2024	3
Tabel 1.3 Volume Penjualan D’House Cafe & Resto Januari – Desember 2024 ...	4
Tabel 1.4 Daftar Perbandingan Harga Menu Dasar di D’House Cafe & Resto Dengan Harga Menu Pada Pesaing Tahun 2024	9
Tabel 2.1 MATRIX SWOT	24
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2 Data Pertanyaan Wawancara	36
Tabel 3.3 MATRIX SWOT	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4.2 Usia Responden.....	50
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	51
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	51
Tabel 4.5 Harga Produk D’House Cafe & Resto.....	62
Tabel 4.6 Perbandingan Harga Menu Dengan Kompetitor.....	63
Tabel 4.7 Varian Produk Spesial D’House Cafe & Resto	65
Tabel 4.8 Faktor – faktor Strengths D’House Cafe & Resto	73
Tabel 4.9 Faktor – faktor Weaknesses D’House Cafe & Resto	73
Tabel 4.10 Faktor – faktor Opportunities D’House Cafe & Resto	73
Tabel 4.11 Faktor -faktor Threats D’House Cafe & Resto	74

Tabel 4.12 MATRIX SWOT	75
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan IFAS D’House Cafe & Resto	81
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan EFAS D’House Cafe & Resto	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Yang Digunakan D’House Cafe & Resto	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	40
Gambar 4.1 Lokasi D’House Cafe & Resto Pasir Pengaraian	42
Gambar 4.2 D’House Cafe & Resto, 2025.....	44
Gambar 4.3 Struktur Organisasi D’House Cafe & Resto Pasir Pengaraian	45
Gambar 4.4 Kemasan Produk D’House Cafe & Resto	67
Gambar 4.5 Diagram SWOT	83

PERYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang Bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Junaidi Saputra Pardosi

NIM : 2125040

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN *MARKETING MIX* 4P (*PRICE, PRODUCT, PLACE, PROMOTION*) UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI D'HOUSE CAFE & RESTO PASIR PENGARAIAN.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi 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 saksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini. Serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian 01 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan

Junaidi Saputra Pardosi

Nim. 2125040

ABSTRAK

Junaidi Saputra Pardosi, Nim 2125040, 2025 “Strategi Pemasaran *Marketing Mix* 4P (*Price, Produk, Place, Promo*) Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di D’House Cafe & Resto Pasir Pengaraian”

Pembimbing I : Dr. Hendry Kurniawan, SE, MM

Pembimbing II : Ratna Dewi, SE,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana strategi (*Price, Product, Place, Promotion*) yang di terapkan pada usaha D’House Cafe & Resto Pasir Pengaraian untuk meningkatkan volume penjualan pada usahanya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif observasi. data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara secara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan dan beberapa pelanggan yang dipilih secara acak serta melakukan studi pustaka terhadap beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa D’House Cafe memiliki harga yang terjangkau dan sesuai kualitas dengan kemasan yang baik dan produk beragam, lokasi strategis untuk berkuliner namun ditemukan beberapa kekurangan yaitu Kekurangan : Lokasi tersembunyi, kurangnya pencahayaan pada plang petunjuk arah, kurangnya fasilitas kursi makan bayi, desain interior monoton, dan kurangnya pengetahuan pemilik dalam menggunakan media digital sebagai alat promosi.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan rasa Syukur dan terimakasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan kesempatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan baik. Yang berjudul “Strategi Pemasaran *Marketing Mix 4P (Price, Product, Place, Promotion)* bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Universitas Pasir Pengaraian.

Pada Kesempatan ini, dengan sepenuhnya akan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki, sehingga tanpa bantuan dan bimbingan yang diterima dari semua pihak tidaklah mungkin penulis bisa menyajikan yang terbaik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahaan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Hardianto, M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Nurhayati, SE., M.Si, CTT selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novita Anwar, S.IP., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Bapak Dr. Hendry Kurniawan, SE., MM selaku pembimbing I, yang telah mengarahkan penulis dalam Menyusun skripsi ini.
5. Ibu Ratna Dewi, SE., MM selaku pembimbing II yang juga telah mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

6. Semua Keluarga besar Universitas Pasir Pengaraian (UPP) yang selama ini sudah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan saat ini.
7. Keluarga saya (Bapak Oloan Pardosi, Ibu Erlina, Robi Kurniawan Pardosi & Silvana Br. Pardosi) yang telah memberikan banyak motivasi baik secara material maupun moral dan tidak lupa selalu mendoakan penulis dalam menyelesaikan Pendidikan hingga saat ini.
8. Semua pihak yang tidak mungkin penulis tulis satu persatu, yang telah memberikan informasi dalam penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan ilmu pengetahuan dimiliki penulis. Oleh karena itu, segala saran dan kritik dalam membangun penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan oleh penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk banyak orang terkhusus bagi penulis dan pihak-pihak berkepentingan. Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pasir Pengaraian 01 Juni 2025

Junaidi Saputa Pardosi

NIM. 2125040