

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4P DAN *BRAND IMAGE* UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA BASO ACI DAN SEBLAK (STUDI PADA KEDAI IKILO SEBLAK TULUNGAGUNG)

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi*



Disusun Oleh :

NAVA RADISTA TRIAS SUCIPTO

Nomor Pokok : K.2017.1.34141

Jurusan : MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2021

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4P DAN *BRAND IMAGE* UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA BASO ACI DAN SEBLAK (STUDI PADA KEDAI IKILO SEBLAK TULUNGAGUNG)

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi*



Disusun Oleh :

NAVA RADISTA TRIAS SUCIPTO

Nomor Pokok : K.2017.1.34141

Jurusan : MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2021

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4P DAN BRAND IMAGE UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA BASO ACI DAN SEBLAK (STUDI PADA KEDAI IKILO SEBLAK DAN BASO ACI TULUNGAGUNG)

Oleh:
NAVA RADISTA TRIAS SUCIPTO
K.2017.1.34141

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:

27 Agustus 2021 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,


Dosen Pembimbing,

ttd

DIDIK PRIYO SUGIHARTO, SE, MM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuççwara,



Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 18 Agustus 2021



Nava Radista Trias Sucipto

NPK: K.2017.1.34141



Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 3233/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2018
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 2812/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018

Nomor : 0603.1/BAAK-RESEARCH/VIII/2021

16 August 2021

Perihal : Riset Untuk Skripsi

Yth. : PIMPINAN
KEDAI IKILO SEBLAK
JLN. KI MANGUN SARKOSO, DUSUN KRAJAN, BEJI, KEC.BOYOLANGU
TULUNGAGUNG - JAWA TIMUR

Dengan Hormat,

Bersama surat ini kami hadapkan seorang mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : NAVA RADISTA TRIAS SUCIPTO
Nomor Pokok : K.2017.1.34141
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat : JL.DADAP NO.06 RT: 2 RW: 1 DESA/KELURAHAN: REMBANG KEC. SANAN WETAN

bermaksud untuk mencari data-data guna keperluan penulisan skripsi dengan tema :

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4P (PRODUCT,PRICE, PLACE, PROMOTION) DAN BRAND IMAGE UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA BASO ACI DAN SEBLAK (STUDI PADA KEDAI IKILO SEBLAK DAN BASO ACI TULUNGAGUNG)

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak / Ibu untuk memberikan izin riset dan bantuan seperlunya. Perlu kami jelaskan bahwa data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah (pendidikan) dan tidak akan digunakan untuk hal-hal yang dapat merugikan perusahaan / instansi.

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



Malang, 16 August 2021
M. LINDANANTY, MM.

NIK 202.710.194

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ketua STIE Malangkucecwara Bapak Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D
2. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Dra. Lindananti, M.M
3. Dosen Pembimbing Bapak Didik Sugiharto, SE, MM
4. Owner Kedai Ikilo Seblak Tulungagung

Rekan-rekan penulis dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan untuk ikut berperan serta dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini. Sujud dan terima kasih yang dalam penulis sampaikan kepada Ayah, Ibu, Adik, dan Kakak tercinta, atas dorongan yang kuat serta kebijaksanaan dan doa yang tiada putus-putusnya dipanjatkan kehadiran Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan studi. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada pasangan saya, Adi Kurniawan yang telah banyak membantu menyemangati dan membantu dalam pengerjaan Skripsi ini. Terima kasih juga kepada para sahabat saya terdekat saya Krisviani, Siti Hafifah, Imroatul, Siti Hafsoh, Novi, Feni, Ajeng, Soniya, Putri, Amanda, Ghea, Hana, Fadila, yang telah terus menyemangati, dan turut mendoakan selama pengerjaan skripsi ini. Tak lupa Terima kasih kepada teman-teman sekelas saya Manajemen A 2017, Warkop Brewok, UKM Wapim dan UKM Kerohanian Islam yang telah memberikan pengalaman istimewa dalam berorganisasi. Tak lupa juga berterimakasih kepada diri saya sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak rintangan yang datang.

Malang, 18 Agustus 2021



Nava Radista Trias Sucipto

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). Pengaruh bauran pemasaran 4P (Product, price, place, promotion) terhadap peningkatan omzet penjualan Seblak dan Baso Aci pada kedai Ikilo Seblak, 2). Pengaruh Brand Image terhadap peningkatan omzet penjualan Seblak dan Baso Aci pada kedai Ikilo Seblak Tulungagung, 3). Pengaruh bauran pemasaran 4P dan Brand Image secara simultan terhadap peningkatan omzet penjualan Seblak dan Baso Aci pada kedai Ikilo Seblak Tulungagung

Lokasi dalam penelitian ini di tulungagung ikilo seblak dan baso aci dengan pengambilan Teknik sampel menggunakan accidental sampling. Sampel yang di ambil 95 responden dengan tingkat kesalahan yang di hendaki adalah 5%. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 26. Berdasarkan hasil dari rangkuman, maka bisa di simpulkan bahwa 1). Bauran Pemasaran 4P (X1) konsumen Kedai Ikilo Seblak Tulungagung berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap Omzet Penjualan (Y), 2). Secara parsial Brand Image (X2) konsumen Kedai Ikilo Seblak Tulungagung berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap Omzet Penjualan (Y), 3). Bauran Pemasaran 4P, Brand Image berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Omzet Penjualan di Kedai Ikilo Seblak Tulungagung

Kata Kunci : Bauran Pemasaran 4P, Brand Image

Abstract

This study aims to determine 1). The influence of the 4P marketing mix (Product, price, place, promotion) on increasing sales turnover of Seblak and Baso Aci at Ikilo Seblak shops, 2). Effect of Brand Image on increasing sales turnover of Seblak and Baso Aci at Ikilo Seblak Tulungagung shop, 3). The influence of the 4P marketing mix and Brand Image simultaneously on increasing sales turnover of Seblak and Baso Aci at Ikilo Seblak Tulungagung shop Locations in this study in Tulungagung Ikilo Seblak and Baso Aci with sampling technique using accidental sampling. The sample taken is 95 respondents with the desired error rate is 5%. The data analysis technique used in this research is SPSS version 26. Based on the results of the summary, it can be concluded that 1).Marketing Mix 4P (X1) consumers of Kedai Ikilo Seblak Tulungagung contribute positively and significantly to Sales Turnover (Y),2).Partially Brand Image (X2) consumers of Kedai Ikilo Seblak Tulungagung contribute positively and significantly to Sales Turnover (Y), 3). 4P Marketing Mix, Brand Image have a significant simultaneous effect on Sales Turnover at Kedai Ikilo Seblak Tulungagung

Keywords: 4P Marketing Mix, Brand Image.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat-Nya skripsi ini bisa diselesaikan tepat waktu dengan judul :”ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION) DAN BRAND IMAGE UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN BASO ACI DAN SEBLAK”’, dapat terselesaikan.

Skripsi ini dibuat sebagai akhir dari rangkaian pembelajaran sekaligus sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara Malang.

Dalam proses penulisan skripsi ini, banyak sekali halangan dan hambatan yang dialami penulis. Selama proses penulisan, penulis juga menerima bantuan-bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, di dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak sebagai berikut :

1. Yang terhormat Bapak Drs. Bunyamin, M.M.,Ph.D sebagai ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara Malang.
2. Yang terhormat Ibu Dra. Lindananti, M.M sebagai ketua jurusan manajemen.
3. Yang terhormat Bapak Didik Priyo Sugiharto, SE, MM Sebagai dosen pembimbing yang telah sabar membimbing saya selama mengerjakan skripsi.
4. Yang terhormat Ibu Dra. Dwi Danesty Deccasari, MM sebagai dosen wali yang telah membantu mengarahkan saya sedari semester 1 hingga semester 7.
5. Yang terhormat Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberi ilmu kepada penuliis selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara Malang.
6. Kedua orang tua saya, Sucipto dan Siti Zulaika serta kakak dan adik saya, Alfin dan Danang atas segala kasih sayang, perjuangan, dukungan, motivasi dan doa yang selalu dipanjatkan.
7. Pasangan saya Adi Kurniawan terimakasih atas bantuan pikiran serta motivasi yang selalu ada dalam proses penyusunan skripsi saya.

8. Teman-temanku semua yang telah memberikan motivasi, bantuan dan dorongan dalam penyusunan skripsi ini Sobat Bedebah Grup, Sobat Lamtur Grup,UKM KI, UKM Wappim,
9. Semua pihak yang telah memberikan informasi dan bimbingan, sehingga penulisan skripsi ini ndapat terselesaikan.

Demi kesempirnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap karya skripsi ini berguna dan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Atas perhatiannya, penulis ucapkan terimakasih.

Malang, 6 September 2021

Penulis,



Nava Radista Trias Sucipto

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Judul Dalam.....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Lembar Pernyataan Orisinalitas.....	iv
Surat Riset.....	v
Lembar Riwayat Hidup.....	vi
Ucapan Terimakasih.....	vii
Abstrak.....	viii
<i>Abstract.....</i>	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 Bauran Pemasaran 4P (<i>Product, Price, Place, Ptomotion</i>)...	17
2.1.2 <i>Brand Image</i>	21
2.1.3 Omzet Penjualan.....	27
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	38
2.3 Model Konseptual Penelitian.....	38

2.4 Pengembangan Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	40
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3 Variabel, Definisi Operasional, Skala Pengukuran.....	41
3.3.1 Variabel.....	41
3.3.2 Definisi Operasional.....	41
3.3.3 Skala Pengukuran.....	46
3.4 Instrumen Penelitian Dan Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1 Instrumen Penelitian Data.....	46
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.1.1 Sejarah Singkat Kedai Ikilo Seblak Tulungagung.....	53
4.1.2 Visi Dan Misi.....	54
4.1.3 Struktur Organisasi Kedai Ikilo Seblak Tulungagung.....	55
4.2 Analisis Deskriptif	55
4.2.1 Deskriptif Data Responden.....	56
4.2.2 Analisis Data.....	60
4.3 Pengujian Model Dan Hipotesis	72
4.4.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	72
4.4.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	72
4.4.3 Koefisiensi Determinasi R Square.....	73

4.4 Pembahasan.....	74
4.5 Novelty.....	74
4.6 Research GAP.....	75

BAB V

5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Kontribusi Penelitian.....	78
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	79
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	79
5.5 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2	Tinjauan Penelitian Terdahul.....	27
Tabel 3.4	Tabel Definisi Operasional.....	43
Tabel 3.2.2	Tabel Skala Likert.....	46
Tabel 4.2	Tabel Data Responden Jenis Kelamin Frekuensi Presentase.....	56
Tabel 4.3	Tabel Usia Responden Frekuensi Presentase.....	56
Tabel 4.4	Tabel Pekerjaan Responden Frekuensi Presentase.....	57
Tabel 4.5	Tabel Distribusi Pengamatan Bauran Pemasaran 4P (X1).....	57
Tabel 4.6	Tabel Distribusi Pengamatan Brand Image (X2).....	58
Tabel 4.7	Tabel Distribusi Pengamatan Omzet Penjualan (Y).....	59
Tabel 4.8	Tabel Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.9	Tabel Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4,10	Tabel Hasil Uji Multikolonieritas.....	68
Tabel 4.11	Tabel Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.12	Tabel Hasil Uji Autokorelasi.....	70
Tabel 4.13	Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4.14	Tabel Hasil Uji T.....	72
Tabel 4.15	Tabel Hasil Uji F.....	73
Tabel 4.16	Tabel Hasil Koefisien Determinasi R Square.....	73

DAFTAR GAMBAR

Grafik 2.3 Model Konseptual Penelitian.....	38
Grafik 4.1.3 Stuktur Organisasi Kedai Ikilo Seblak Tulungagung.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman Judul.....	i
Halaman Judul Dalam.....	ii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iii
Lembar Orisinalitas Skripsi.....	iv
Lembar Surat Riset.....	v
Lemabr Riwayat Hidup.....	vi
Lembar Ucapan Terimakasih.....	vii
Lembar Abstrak.....	viii
Lembar Abstract.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
Daftar Lampiran Kuesiner.....	87
Daftar Lampiran SPSS.....	99

