

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PENJUALAN PRODUK  
PADA CAFE ANGKRINGAN PAK BELALANG PEKANBARU**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**IRAWAN  
11071104038**



**PROGRAM S.1**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**PEKANBARU**

**2014**

## ABSTRAK

### PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PENJUALAN PRODUK PADA CAFE ANGKRINGAN PAK BELALANG PEKANBARU

IRAWAN

*Penelitian ini dilakukan pada Cafe Angkringan Pak Belalang Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh marketing mix (Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Sumber Daya Manusia, Bukti Fisik, dan Proses) terhadap Penjualan Produk pada Cafe Angkringan Pak Belalang Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan alat uji SPSS versi 17 for Windows. Populasi dan sampel dalam penelitian jumlahnya sebanyak 99,75 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden.*

*Dari hasil penelitian diperoleh bahwa variable bebas Produk, Harga, Promosi, Lokasi, dan SDM berpengaruh secara signifikan terhadap variable terikat Penjualan, sedangkan variabel bebas Bukti Fisik dan Proses berpengaruh sangat kecil terhadap variabel terikat Penjualan dan tidak berpengaruh signifikan.*

***Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Sumber Daya Manusia, Bukti Fisik, dan Proses.***

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : IRAWAN  
NIM : 11071104038  
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
JURUSAN : MANAJEMEN S1  
JUDUL : **PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP  
PENJUALAN PRODUK PADA CAFE ANGKRINGAN  
PAK BELALANG PEKANBARU**  
HARI/TGL UJIAN : KAMIS, 26 JUNI 2014

**PANITIA PENGUJI**

**KETUA**

**SEKRETARIS**



**Dr. MAHENDRA ROMUS, SP, M.Ec**  
NIP. 19711119 2005001 1 004

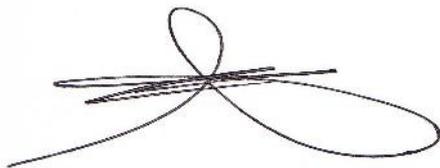


**JASMINA SYAFE'L, SE, Ak**  
NIP. 19750307 200701 2 019

**PENGUJI I**

**MENGETAHUI**

**PENGUJI II**



**FAKHRURROZI, SE, MM**  
NIP. 19670725 200003 1 002



**HARIZA HASYIM, SE, M.Si**  
NIP. 19760910 200901 2 003

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah Robbil'amin*, tiada kata yang paling indah selain puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam tidak lupa kita limpahkan kepada junjungan alam Nabiullah Muhammad SAW, dengan mengucap *Allahumma Shalli'ala Muhammad Wa'alaalihi Syaidina Muhammad*, yang telah berjuang membawa umat manusia dari zaman unta menuju zaman kereta, sehingga manusia dapat membedakan antara hak dan yang bathil. Semoga kita termasuk dalam generasi akhir zaman yang mendapatkan syafa'atnya diakhir kelak nanti.

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP PENJUALAN PRODUK PADA CAFE ANGKRINGAN PAK BELALANG PEKANBARU ”** disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, Riau.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis juga ingin menyampaikan ribuan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan pikiran, waktu dan tenaga serta bantuan moril dan materil khususnya kepada :

1. Ayahanda Kadam dan ibunda Suti yang tercinta, yang telah membesarkan, membimbing dengan penuh pengorbanan, sungguh mulia pengorbananmu, dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa serta dukungan untuk keberhasilan ananda.
2. Buat Kakak, Abang Dan Adik-adik saya, yang selalu memberikan doa, semangat serta selalu memberikan bantuan moril yang tak terhingga bagiku hingga sampai selesainya skripsi ini, semoga yang kuasa selalu memberikan kesehatan, umur yang panjang serta selalu dimurahkan rezkinya.
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu pengetahuan di Universitas tercinta ini.
4. Bapak DR. Mahendra Romus, SP, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Pembantu Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Dr.Mahyarni, SE, MM, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Mulia Sosiady, SE, MM, Ak selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bimbingan dan mengajarkan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
9. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu banyak bagi penulis dalam proses administrasi selama perkuliahan.
10. Pimpinan Cafe Angkringan Pak Belalang Pekanbaru beserta karyawan dan karyawan yang telah memberikan izin dan membantu penulis selama dalam melakukan penelitian.
11. Buat sahabat-sahabat saya Ayatulloh Kumaini, Ridho Wahyu Ginting SE, Joni Iskandar, Budi Harizal SE, Mutongat, terima kasih atas do'a dan dukungannya yang telah kalian berikan. Serta seluruh teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi khususnya Manajemen Pemasaran Lokal G 2010.
12. Buat teman-teman KKN, buat Ika Maya Listia, Rukiyah, Halimah, Budi Harizal, Mutongat, M Sadri Kurniawan, Ridho Fauzi, Fuji Hermawan, Slamet Rifai, Tia Lastia, Amelia Anggraini, Yenni, Yusni Darti, Windi Dwi Lestari, Sola Derita, Fitriati dan buat kawan-kawan kost Tedi Andika, Dodi serta masih banyak lagi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi, serta kebersamaan dan keceriaan yang kalian berikan.

13. Serta semua pihak yang membantu dan memberikan sumbangan baik moril ataupun materil dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun sangat diharapkan guna kesempurnaan skripsi ini

Pekanbaru, 18 Juni 2014

Penulis,

IRAWAN  
11071104038

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	3
D. Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	6
B. Pengertian Strategi Pemasaran.....	13
C. Pengertian Marketing Mix .....	18
D. Konsep Penjualan .....	28
E. Hubungan Antara Bauran Pemasaran Dengan Penjualan.....	32
F. Penelitian Terdahulu .....	33
G. Pandangan Islam Tentang Penjualan.....	35
H. Kerangka Pikir.....	37
I. Hipotesis.....	39
J. Operasional Variabel Marketing Mix.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
B. Jenis dan Sumber Data.....	43
C. Metode Pengumpulan Data.....	44
D. Populasi dan Sampel.....	44
E. Teknik analisis Data.....	47
F. Uji Asumsi Klasik.....	48
G. Analisis Data.....	50
H. Uji Hipotesis.....	51

**BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	53
B. Visi dan Misi.....	54
C. Struktur Organisasi .....	54
D. Deskripsi Tugas.....	56

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Karakteristik Responden.....	59
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
2. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
3. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4. Responden Lamanya Pelanggan.....	63
B. Deskripsi Variabel .....	63
1. Produk ( $X_1$ ) .....	64
2. Harga ( $X_2$ ) .....	65
3. Promosi ( $X_3$ ).....	67
4. Lokasi ( $X_4$ ).....	68
5. Sumber Daya Manusia ( $X_5$ ).....	70
6. Bukti Fisik ( $X_6$ ).....	71
7. Proses ( $X_7$ ).....	72
8. Penjualan (Y) .....	73
C. Teknik Analisis Data.....	75
1. Uji Validitas .....	75
2. Uji Reliability.....	77
3. Uji Normalitas Data.....	78
4. Uji Asumsi Klasik .....	79
1. Multikolinieritas .....	79
2. Autokorelasi .....	80
3. Uji heteroskedastisitas .....	81
D. Analisis Data.....	82
E. Uji Hipotesis .....	85
1. Uji Secara Simultan (Uji f) .....	85
2. Uji signifikan secara parsial (Uji t).....	86
3. Koefisien Determinasi .....	89
F. Pembahasan .....	90

**BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	93

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN -LAMPIRAN**