

**PENGARUH EFEKTIFITAS *MARKETING MIX*
TERHADAP PENJUALAN RUMAH SUBSIDI
DI PT. MEGA SAPUTRA PERSADA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

NAMA : AYU RIZKI APRILIA

NIM : 302 13 11 013

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**

2017

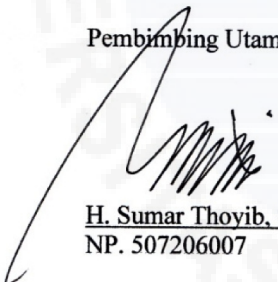


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

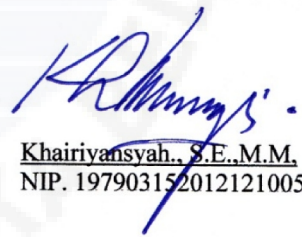
LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ayu Rizki Aprilia
Nim : 302 13 11 013
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Efektifitas *Marketing Mix* Terhadap Penjualan Rumah Subsidi di PT. Mega Saputra Persada

Pembimbing Utama



H. Sumar Thoyib, S.E., M.M
NP. 507206007

Pembimbing Pendamping


Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

Balun ijuk, Juli 2017

Ketua Jurusan Manajemen


M. Tanggung, S.E., M.Si
NIP.196306051990031004

PENGESAHAN SKRIPSI

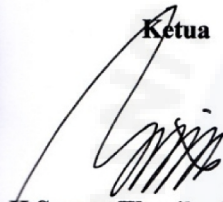
SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH EFEKTIFITAS *MARKETING MIX* TERHADAP
PENJUALAN RUMAH SUBSIDI DI PT. MEGA SAPUTRA PERSADA**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh: Ayu Rizki Aprilia
Nomor Induk Mahasiswi: 302 13 11 013

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal Juli 2017 dan
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua



H. Sumar Thovib, S.E., M.M.
NP. 507206007

Anggota



Nanang Wahyudin, S.E., M.M.
NIP. 198708192014041001

Anggota



Dian Prihardini W, S.E., M.M.
NIP. 198207222014042002

Balun Ijuk, Juli 2017
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan



Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen



M. Tanggung, S.E., M.Si.
NIP. 196306051990031004

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Efektifitas *Marketing Mix* Terhadap Penjualan Rumah Subsidi di PT. Mega Saputra Persada”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Pangkalpinang, 20 Agustus 2017

Penulis



Ayu Rizki Aprilia

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kesuksesan tak bisa dibandingkan dengan orang lain, melainkan dibandingkan dengan dirimu sebelumnya”

(Jaya Setiabudi)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan:

1. Kepada Allah SWT yang telah menciptakan segala yang ada di langit dan di bumi, atas ridhaNya yang memberikan kemudahan dalam hidup ini melewati Al Furqaan (Al Qur`an).
2. Mama dan Papaku tercinta yang selalu memberi kasih sayang yang tulus, selalu memotivasi, mendo`akan dan memberi moril maupun materil.
3. Adik-adikku yang tercinta dan tersayang yang selalu menjadi motivasi dalam hidupku.
4. Teman-temanku yang telah mendo`akan dan memberi bantuan serta dorongan.
5. Dosen UBB Fakultas Ekonomi yang telah memberikan Pengetahuan dan Ilmunya
6. Almamaterku tercinta Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Ayu Rizki Aprilia, 302 13 11 013, 2017. THE INFLUENCE OF MARKETING MIX EFFECTIVITY TO SUBSIDIZED HOUSE SELLING AT PT. MEGA SAPUTRA PERSADA

PT. Mega Saputra Persada is a company which have the aims and purposes to do a wide business, however we are focusing in housing development (developer). PT. Mega Saputra Persada was built on Augustust, 2010, a construction company which has participation in construcion. The aims of this research are to analysis and know how much the produc, price, location, and promotion influence to subsidized house selling together with subsidized house selling at PT. Mega Saputra Perasda and to know the influence of independent variable that most influence to selling.

This is the descriptive and quantitative method with survey approach as much as 136 samples of respondents which was using random sampling technique. In this research, the dependent variable consists of the effect of product, price (down payment), location, and promotion, whereas the dependent variable is selling. Instrument test was using validity test and reliability test. While, the data analysis method was using multiple linear regression with t test and F test.

The research result has shown that product variable, price (drown payment), location and promotion has influenced significantly to selling. As a result from F test calculation that F count (19,462) > F table (2,44) while the signficance (0,000) < alpha at level 5% or 0,005. So H5 is accepted and H0 is denied. Whereas determinant coefficient (Adjusted R Square) as much as 0,354 or 35,4% so the influence of variable X together with variable Y as much as 35,4%. Then, t test is known variable X1 t count 2,366 > t table 1,657, X2 t count 5,235 > t table 1,657, variable X3 t count 2,480 > t table 1,657 and variable X4 t count 2,189 > t table 1,657, so these three variables have influenced to variable Y (dependent) individually.

Keywords: product, price, location, promotion, and selling

ABSTRAK

Ayu Rizki Aprilia. 302 13 11 013. Pengaruh Efektifitas *Marketing Mix* Terhadap Penjualan Rumah Subsidi di PT. Mega Saputra Persada

PT. Mega Saputra Persada adalah perusahaan dengan maksud dan tujuan untuk melakukan usaha yang luas, namun saat ini kami fokus dalam bidang usaha pengembang perumahan (developer). PT. Mega Saputra Persada didirikan pada bulan Agustus tahun 2010, sebagai perusahaan konstruksi yang ingin ikut serta dalam dunia jasa konstruksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh produk, harga (uang muka), lokasi dan promosi berpengaruh secara bersama terhadap penjualan rumah subsidi di PT. Mega Saputra Persada dan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang paling berpengaruh terhadap penjualan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan pendekatan survey jumlah sampel 136 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel random sampling. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri pengaruh produk, harga (uang muka), lokasi dan promosi, sedangkan variabel terikatnya penjualan. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji t dan uji F .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, harga (uang muka), lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Seperti hasil dari perhitungan uji F bahwa F hitung (19,462) > dari F tabel (2,44) sedangkan signifikansi (0.000) < dari alpha pada taraf 5% atau 0.05. Sehingga H_5 diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan Koefisien determinan (R Square) sebesar 0,354 atau 35,4%, maka pengaruh variabel X secara serentak terhadap variabel Y sebesar 35.4%. Sedangkan uji t di ketahui variabel X_1 t hitung 2,366 > t tabel 1,657, X_2 t hitung 5,235 > t tabel 1,657, variabel X_3 t hitung 2,480 > t tabel 1,657 dan variabel X_4 t hitung 2,189 > t tabel 1,657, maka dikatakan ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (terikat) baik secara individu.

Kata Kunci: Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Penjualan

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Efektifitas *Marketing Mix* Terhadap Penjualan Rumah Subsidi di PT. Mega Saputra Persada”, dengan menyadari segala keterbatasan atas kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, maka dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan, baik itu dalam isi/ materi atau susunan kalimat, untuk itu penulis mohon dimaklumi atas kekurangan-kekurangan tersebut, serta segala saran dan kritik maupun masukan lainnya dari semua pihak akan penulis terima dengan senang hati demi perbaikan skripsi ini kearah yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini tepat waktu, yaitu:

1. Bapak Dr. Muhammad Yusuf, M.Si., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung .

3. Bapak Khairiyansyah., S.E.,M.M.,selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan sekaligus dosen Pembimbing II yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak M. Tanggung., S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
5. Bapak H. Sumar Thoyib, S.E., M.M dosen Pembimbing I yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini
6. Staf Pengajar di FE UBB khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
7. Keluarga tersayang dan tercinta, orang tua terutama kedua orang tuaku, Adik-adikku yang telah memberikan motivasi dan doanya

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah khasanah pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan sehingga dapat membangun peradaban bagi Provinsi Bangka Belitung.

Pangkalpinang, Juli 2017

Penulis

Ayu Rizki Aprilia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Batasan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
1.6. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
2.1. Tinjauan Pustaka.....	19
2.1.1. Manajemen Pemasaran	19
2.1.2. Pemasaran	19
2.1.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	25
2.1.3.1. Pengertian Bauran Pemasaran	25
2.1.3.2. Unsur-Unsur Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	27
2.1.4. Penjualan.....	45
2.1.4.1. Pengertian Penjualan	45
2.1.4.2. Tujuan Penjualan	46
2.1.4.3. Faktor-Faktor dan Fungsi Penjualan.....	47
2.2. Penelitian Terdahulu.....	50
2.3. Kerangka Pemikiran	52
2.3.1. Hubungan Produk Terhadap Penjualan	53

2.3.2.	Hubungan Harga Terhadap Penjualan	55
2.3.3.	Hubungan Lokasi Terhadap Penjualan	55
2.3.4.	Hubungan Promosi Terhadap Penjualan.....	55
2.3.5.	Hubungan Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Penjualan.....	56
2.4.	Hipotesis	58
BAB III	METODE PENELITIAN	60
3.1.	Pendekatan Penelitian	60
3.2.	Tempat Dan Waktu Penelitian.....	60
3.3.	Populasi,Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	60
3.3.1.	Populasi.....	60
3.3.2.	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	61
3.4.	Jenis Data.....	62
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	63
3.6.	Variabel Penelitian.....	64
3.7.	Definisi Operasional Variabel	64
3.8.	Pengukuran Variabel	66
3.9.	Teknik Analisis Data	67
3.9.1.	Statistik Deskriptif	67
3.9.2.	Uji Validitas	68
3.9.3.	Uji Reliabilitas	69
3.9.4.	Uji Asumsi Klasik.....	69
3.9.5.	Regresi Berganda	71
3.9.6.	Uji t	72
3.9.7.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1.	Gambaran Umum PT.Mega Saputra Persada	75
4.1.1.	Profil Singkat PT.Mega Saputra Persada	75
4.1.2.	Visi dan Misi PT.Mega Saputra Persada.....	76
4.1.3.	Struktur Organisasi PT.Mega Saputra Persada.....	76

4.2.	Hasil Penelitian.....	77
4.2.1.	Hasil Karakteristik Responden	77
4.2.2.	Hasil Deskriptif Variabel.....	81
4.3.	Rekapitulasi Deskriptif.....	106
4.4.	Hasil Analisis Data	107
4.4.1.	Uji Validitas.....	107
4.4.2.	Uji Reliabilitas	108
4.4.3.	Uji Asumsi Klasik	109
4.4.4.	Regresi Berganda.....	112
4.4.5.	Uji t.....	114
4.4.6.	Uji F.....	116
4.4.7.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	117
4.5.	Pembahasan	117
BAB V	PENUTUP	123
5.1.	Kesimpulan.....	123
5.2.	Saran	124
	DAFTAR PUSTAKA	127
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar Developer Kompetitor.....	3
Tabel I.2	Tipe Dan Spesifikasi Produk Perumahan Subsidi PT. Mega Saputra Persada.....	7
Tabel I.3	Harga Perumahan Subsidi PT. Mega Saputra Persada.....	8
Tabel I.4	Lokasi Perumahan Subsidi PT. Mega Saputra Persada.....	9
Tabel I.5	Keseluruhan Jumlah Unit Subsidi PT. Mega Saputra Persada.	11
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel	62
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel IV.4	Indikator Kualitas Produk.....	81
Tabel IV.5	Indikator Karakteristik Fungsi Produk	82
Tabel IV.6	Indikator Kenyamanan Produk.....	82
Tabel IV.7	Indikator Perawatan Produk	83
Tabel IV.8	Indikator Kepuasan Produk	84
Tabel IV.9	Indikator Daya Tahan	84
Tabel IV.10	Rata-rata produk	85
Tabel IV.11	Indikator Harga Uang Muka Terjangkau	86
Tabel IV.12	Indikator Harga Uang Muka Sesuai Produk.....	86
Tabel IV.13	Indikator Kemudahan Transaksi.....	87

Tabel IV.14	Indikator Jangka Waktu Pembayaran.....	88
Tabel IV.15	Indikator Sistem Pembayaran.....	88
Tabel IV.16	Indikator Kemudahan Persyaratan	89
Tabel IV.17	Rata-rata Harga.....	90
Tabel IV.18	Indikator Kepadatan Lalu Lintas	90
Tabel IV.19	Indikator Lalu Lintas	91
Tabel IV.20	Indikator Lokasi Strategis.....	92
Tabel IV.21	Indikator Dapat Diakses	92
Tabel IV.22	Indikator Tempat rumah Sakit.....	93
Tabel IV.23	Indikator Tempat Pembelajaran.....	94
Tabel IV.24	Indikator Keamanan Lingkungan	94
Tabel IV.25	Indikator Kenyamanan Lingkungan	95
Tabel IV.26	Rata-Rata Lokasi	96
Tabel IV.27	Indikator Informasi Baliho	97
Tabel IV.28	Indikator Informasi Koran.....	97
Tabel IV.29	Indikator Persentaasi	98
Tabel IV.30	Indikator Penjualan Langsung.....	99
Tabel IV.31	Indikator Pembagian Selembar.....	99
Tabel IV.32	Indikator Promosi Non Media	100
Tabel IV.33	Indikator Media Sosial	101
Tabel IV.34	Indikator Event	101
Tabel IV.35	Rata-rata Promosi	102
Tabel IV.36	Indikator Target Penjualan	103

Tabel IV.37	Indikator Peningkatan Penjualan.....	103
Tabel IV.38	Indikator Mendapat Keuntungan.....	104
Tabel IV.39	Indikator Pertumbuhan Perusahaan.....	105
Tabel IV.40	Rata-Rata Penjualan.....	105
Tabel IV.41	Rekapitulasi Nilai Rata-rata.....	106
Tabel IV.42	Hasil Uji Validitas.....	107
Tabel IV.43	Hasil Uji Reliabilitas.....	108
Tabel IV.44	Hasil Uji Normalitas.....	110
Tabel IV.45	Hasil Uji Multikolinieritas Kinerja.....	111
Tabel IV.46	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	113
Tabel IV.47	Hasil Uji t.....	114
Tabel IV.48	Hasil Uji F.....	116
Tabel IV.49	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Grafik Penjualan	10
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar IV.1	Struktur Organisasi PT. Mega Saputra Persada	77
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Berdasarkan Usia	79
Gambar IV.4	Hasil Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	80
Gambar IV.5	Hasil Uji Normalitas Kinerja.....	109
Gambar IV.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	112

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Tabulasi Data
- Lampiran III Hasil Uji Validitas
- Lampiran IV Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran V Hasil Uji Asumsi Klasik , Uji Regresi Linier Berganda, Uji t,
Uji F dan Koefesien Determinasi
- Lampiran VI Surat Izin Melakukan Penelitian

