

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN
MEBEL FELNANDO PANGKALPINANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

NAMA : FATHAN ZAKY

NIM : 302 08 11 037

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

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**

2015

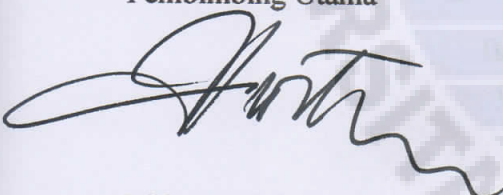


UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

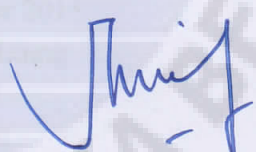
LEMBARAN PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama : Fathan Zaky
Nim : 302 08 11 037
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Penjualan Pada Perusahaan "Mebel Felnando" Pangkalpinang

Pembimbing Utama


Hidayati, S.E., M.M.
NP. 506306010

Pembimbing Pendamping


Erwin, S.E., M.M., Ph.d
NP. 50650713

Balunijuk, 11 September 2015

Ketua Jurusan Manajemen


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

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN “MEBEL
FELNANDO” PANGKALPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh: Fathan Zaky
Nomor Induk Mahasiswa: 302 08 11 037

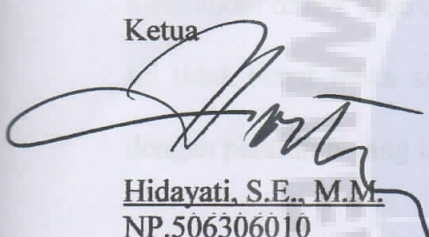
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 11 September 2015 dan
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

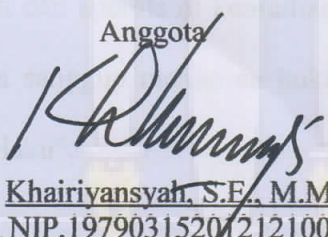
Tim Penguji

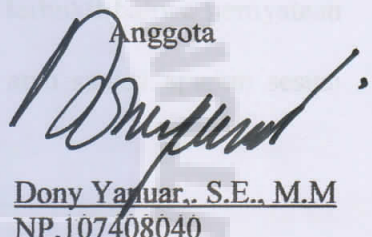
Ketua

Anggota

Anggota


Hidayati, S.E., M.M.
NP.506306010


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



Dony Yanuar, S.E., M.M.
NP.107408040

Balun Ijuk, 11 September 2015
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan

Ketua Jurusan Manajemen


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


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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Penjualan Pada Perusahaan “Mebel Felnando” Pangkalpinang” 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, 24 Agustus 2015

Penulis



Fathan Zakky

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Orang yang ikhlas adalah orang yang menyembunyikan kebaikan-kebaikannya, seperti ia menyembunyikan keburukan-keburukannya”

(Tazkiyatun Nafs).

“Orang pintar belum tentu dia bijak dan orang yang banyak bicara, dia bukan orang bijak

(Prof. Sahetafi).

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. Ibu dan Ayah Ku tercinta yang selalu memberi kasih sayang yang tulus, selalu memotivasi, mendo`akan dan memberi moril maupun materil.
3. Kakak dan 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

Fathan Zakky. 302 08 11 037. Effect of Promotion, Product Quality and Price Of Sales In Company "Furniture Felnando" Pangkalpinang

Furniture Felnando Pangkalpinang is a company that established since 2000, where the company serves various needs required by the public housing and offices and agencies existing institutions in Bangka Pangkalpinang teutama city. This study aims to analyze and determine how much influence the promotion, product quality and price of the sale of the company Mabel Felnando Pangkalpinang and to determine the influence of independent variables that most influence on sales.

This research is descriptive and quantitative survey approach 64 the number of samples using sampling techniques census. In this study the influence of the independent variables consist promotion, product quality and price, while the dependent variable sales. Testing instrument using validity and reliability test. While the method of data analysis using multiple linear regression with t test and F test.

The results showed that the variables promotion, product quality and significant effect on the sales price. Such as the results of test calculations F that F count (15 097) > from F table (2.76) while the significance (0.000) < of alpha at 5% or 0:05. H4 so that Ho accepted and rejected. While the coefficient determinant (Adjusted R Square) of 0402, or 40.2%, then the effect of variable X to variable Y simultaneously at 40.2%. While the t test to know the variables X1 2,393 t > t table 1.9983, X2 t count 2,513 > t table 1.9983 dan X3 t count 2,263 > t table 1.9983, then said these three variables significantly influence the variable Y (dependent) individually.

Keywords: Promotion, Product Quality, Price and Sales

ABSTRAK

Fathan Zakky. 302 08 11 037. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Penjualan Pada Perusahaan “Mebel Felnando” Pangkalpinang

Mebel Felnando Pangkalpinang adalah sebuah perusahaan yang berdiri sejak tahun 2000, dimana perusahaan ini melayani berbagai macam kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat perumahan maupun perkantoran serta instansi lembaga-lembaga yang ada di Kepulauan Bangka terutama kota Pangkalpinang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap penjualan pada perusahaan Mabel Felnando Pangkalpinang dan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang paling berpengaruh terhadap penjualan

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan pendekatan survey jumlah sampel 64 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel sensus. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri pengaruh promosi, kualitas produk dan harga, 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 promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Seperti hasil dari perhitungan uji F bahwa F hitung (15.097) > dari F tabel (2.76) sedangkan signifikansi (0.000) < dari alpha pada taraf 5% atau 0.05. Sehingga H4 diterima dan Ho ditolak. Sedangkan Koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0.402 atau 40.2%, maka pengaruh variabel X secara serentak terhadap variabel Y sebesar 40.2%. Sedangkan uji t di ketahui variabel X1 t hitung 2.393 > t tabel 1.9983, X2 t hitung 2.513 > t tabel 1.9983 dan X3 t hitung 2.263 > t tabel 1.9983, maka dikatakan ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (terikat) baik secara individu.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Harga dan Penjualan

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur kehadiran 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 Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Penjualan Pada Perusahaan “Mebel Felnando” Pangkalpinang”, 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 Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dan dosen Pembimbing I yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.

3. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
4. Ibu Hidayati, S.E., M.M., selaku dosen Pembimbing I yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Erwin Masyud, S.E., M.M., Ph.d., selaku dosen Pembimbing II 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, kakak dan 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, Agustus 2015

Penulis

Fathan Zakky

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6. Sistematika Penulisan.....	11

BAB II	LANDASAN TEORI.....	13
2.1.	Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1.	Manajemen Pemasaran	13
2.1.1.1.	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.1.2.	Bauran Pemasaran	14
2.1.1.3.	Konsep Strategi Pemasaran	16
2.1.1.4.	Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	17
2.1.2.	Promosi	20
2.1.2.1.	Pengertian Promosi.....	20
2.1.2.2.	Karakteristik Promosi.....	21
2.1.2.3.	Tujuan Promosi.....	23
2.1.2.4.	Bentuk-bentuk Promosi.....	24
2.1.2.5.	Bauran Promosi	25
2.1.3.	Kualitas Produk.....	27
2.1.3.1.	Pengertian Kualitas Produk	27
2.1.3.2.	Dimensi Kualitas Produk.....	28
2.1.3.3.	Atribut Produk	29
2.1.3.4.	Klasifikasi Produk	30
2.1.4.	Harga.....	32
2.1.4.1.	Pengertian Harga	32
2.1.4.2.	Metode Penentuan Harga.....	33

2.1.4.3. Penentuan Harga.....	34
2.1.4.4. Strategi Penyesuaian Harga.....	35
2.1.5. Penjualan.....	38
2.1.5.1. Pengertian Penjualan	38
2.1.5.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	39
2.1.5.3. Tujuan Penjualan	40
2.2. Penelitian Terdahulu	42
2.3. Kerangka Pemikiran	43
2.3.1. Hubungan Promosi Terhadap Penjualan.....	43
2.3.2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Penjualan	44
2.3.3. Hubungan Harga Terhadap Penjualan.....	45
2.4. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1. Pendekatan Penelitian.....	48
3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	48
3.3. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.3.1. Populasi.....	48
3.3.2. Sampel	49
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	49
3.4. Jenis dan Sumber	50

3.5.	Data Teknik Pengumpulan data.....	50
3.6.	Variabel Penelitian.....	51
3.7.	Definisi Operasional Variabel	52
3.8.	Pengukuran Variabel	53
3.9.	Teknik Analisis Data	53
3.9.1.	Uji Statistik Deskriptif	53
3.9.2.	Uji Validitas	54
3.9.3.	Uji Reliabilitas	54
3.9.4.	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.9.5.	Analisis Regresi Berganda.....	56
3.9.6.	Uji Hipotesis	56
3.9.7.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1.	Gambaran Umum Mebel Felnando Pangkalpinang.....	59
4.1.1.	Profil Mebel Felnando Pangkalpinang	59
4.1.2.	Visi dan Misi Mebel Felnando Pangkalpinang.....	59
4.1.3.	Struktur Organisasi Mebel Felnando Pangkalpinang	60
4.2.	Hasil Penelitian.....	61
4.2.1.	Hasil Karakteristik Responden	61
4.2.2.	Hasil Deskriptif Variabel.....	64
4.3.	Hasil Analisis Data	80

4.3.1. Uji Validitas.....	80
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	81
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	82
4.3.4. Regresi Berganda.....	88
4.3.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
4.4. Pembahasan Penelitian.....	90
BAB V PENUTUP	94
5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Penjualan, Target Penjualan dan Biaya Promosi Pada Mebel Felnando	5
Tabel I.2	Hasil Survey Awal Promosi.....	6
Tabel I.3	Hasil Survey Kualitas Produk	7
Tabel I.4	tingkat Harga	7
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel III.1	Data Pelanggan Felnando Pangkalpinang	49
Tabel III.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	52
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	63
Tabel IV.4	Informasi Melalui Radio.....	64
Tabel IV.5	Informasi Melalui Baleho.....	65
Tabel IV.6	Informasi Pameran.....	66
Tabel IV.7	Informasi Melalui Launching Produk	66
Tabel IV.8	Melalui Sales	67
Tabel IV.9	Melalui Surat Kabar	68
Tabel IV.10	Produk Konsisten.....	69
Tabel IV.11	Standar Kualitas.....	69
Tabel IV.12	Kegunaan Produk	70

Tabel IV.13	Harga Sesuai Kualitas.....	71
Tabel IV.14	Memiliki Ketahanan	72
Tabel IV.15	Kesan Kualitas Produk	72
Tabel IV.16	Harga Terjangkau	73
Tabel IV.17	Harga Sesuai produk.....	73
Tabel IV.18	Harga Menarik.....	74
Tabel IV.19	Harga Lebih Murah	75
Tabel IV.20	Harga Diskon.....	75
Tabel IV.21	Realisasi Penjualan.....	76
Tabel IV.22	Kemampuan Menyalurkan	77
Tabel IV.23	Banyak Produk Terjual.....	78
Tabel IV.24	Membatasi Jumlah.....	78
Tabel IV.25	Kerja Sama Penyalur	79
Tabel IV.26	Keuntungan Yang Diperoleh.....	80
Tabel IV.27	Hasil Uji Validitas	81
Tabel IV.28	Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel IV.29	Hasil Uji Multikolinieritas	84
Tabel IV.30	Hasil Analisis Regresi Berganda	86
Tabel IV.31	Hasil Analisis Uji t	87
Tabel IV.32	Hasil Analisis Uji F	89
Tabel IV.33	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	43
Gambar IV.1	Struktur Organisas Mebel Felnando Pangkalpinang	60
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Berdasarkan Usia	62
Gambar IV.4	Hasil Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	63
Gambar IV.5	Histrogram.....	83
Gambar IV.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85



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 Koefisien Determinasi
- Lampiran VI Surat Izin Melakukan Penelitian

