

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)  
TERHADAP PENJUALAN LEMPUK DURIAN PADA  
GERAI OLEH-OLEH KHAS MEDAN  
“PAK MAN” DESA ASAM JAWA**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**DEVY SETIYANINGRUM DAMANIK**

**1901200184**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LABUHANBATU  
RANTAUPRAPAT**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

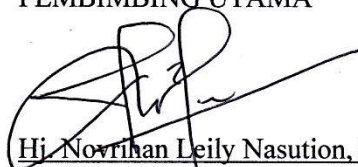
NAMA : DEVY SETIYANINGRUM DAMANIK  
NPM : 1901200184  
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP PENJUALAN LEMPUK DURIAN PADA GERAJ OLEH-OLEH KHAS MEDAN "PAK MAN" DESA ASAM JAWA

RANTAUPRAPAT,

2023

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA



Hi Novrihan Leily Nasution, SE., M.Si  
NIDN. 0122117202

PEMBIMBING PENDAMPING



Fadzil Hanafi Ansora, S.I.Kom, M.M  
NIDN. 0120099103

MENYETUJUI :



Pristiono, SE, M.Si  
NIDN. 0116118301



Abd. Halim, SE, M.Si  
NIDN. 0126128901

**LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI**

NAMA : DEVY SETIYANINGRUM DAMANIK  
NPM : 1901200184  
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING  
MLX*) TERHADAP PENJUALAN LEMPUK DURIAN  
PADA GERAJ OLEH-OLEH KHAS MEDAN “PAK  
MAN” DESA ASAM JAWA

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat,

2023

Yang Membuat Pernyataan


Devy Setiyaningrum Damanik  
NPM. 1901200184

## ABSTRAK

**DEVY SETIYANINGRUM DAMANIK. NPM. 19.012.00.184. ANALISIS BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP PENJUALAN LEMPUK DURIAN PADA GERAI OLEH-OLEH KHAS MEDAN “PAK MAN” DESA ASAM JAWA. Skripsi.**

Fenomena yang terjadi pada gerai oleh-oleh Pak Man yang memproduksi atau menghasilkan produk lempuk durian diperlukan kegiatan pemasaran atau strategi pemasaran seperti diatas untuk membantu proses penjualan (Y), karena strategi pemasaran merupakan alat atau fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan dari gerai oleh-oleh ciri khas Medan Lempuk Durian Pak Man dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan dalam program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan uji hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa Harga Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan Lempuk Durian pada Gerai Oleh-oleh Ciri Khas Medan “Pak Man” dimana  $t_{hitung} (1,950 > 0,380)$ , pada taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ , Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan Lempuk Durian pada Gerai Oleh-oleh Ciri Khas Medan “Pak Man” dimana nilai  $t_{hitung} (1,705 > 0,380)$ , pada taraf signifikan  $0,001 < 0,05$ , Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan Lempuk Durian pada Gerai Oleh-oleh Ciri Khas Medan “Pak Man” dimana nilai  $t_{hitung} (2,104 > 0,380)$ , pada taraf signifikan  $0,002 < 0,05$ , Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan Lempuk Durian pada Gerai Oleh-oleh Ciri Khas Medan “Pak Man” dimana nilai  $t_{hitung} (1,720 > 0,380)$ , pada taraf signifikan  $0,001 < 0,05$ . Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (Uji F) diketahui bahwa harga produk, promosi, distribusi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan Lempuk Durian pada Gerai Oleh-oleh Ciri Khas Medan “Pak Man” dimana nilai  $F_{hitung} (8,730) > F_{tabel} (2,75)$  pada taraf signifikan  $0,00 < 0,05$ . Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,304. Hasil ini berarti bahwa kinerja pegawai Bidang Kearsipan Kantor Desa Asam Jawa mampu dipengaruhi oleh lingkungan kerja, fasilitas kerja, kompetensi, dan kompensasi sebesar 30,4%, sedangkan sisanya sebesar 69,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, misalnya disiplin, motivasi dan lain sebagainya

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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh khas Medan “Pak Man” Desa Asam Jawa”.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat memenuhi tugas akhir guna mengikuti ujian skripsi pada Universitas Labuhan Batu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, penulis menyadari bahwa skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna dan masih jauh dari apa yang diharapkan, baik nilai ilmiahnya maupun struktur substansinya, hal ini disebabkan karena sangat minimnya pengetahuan yang dimiliki serta kemampuan penulis dalam penyusunan skripsi belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan, berkenaan dengan hal ini penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan kritik dan saran dari pihak pembaca guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Untuk penyempurnaan usaha penyelesaian skripsi ini penulis memiliki banyak dukungan baik material dan juga spirual guna selesainya tulisan skripsi ini.

Atas bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Ade Parlaungan, SE, M.Si, Ph.d Selaku Rektor Universitas Labuhan Batu
2. Bapak Pristiyono, SE, M.Si Selaku Dekan Universitas Labuhanbatu.
3. Ibu Hj. Novrihan Leily Nasution, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah berusaha menyempatkan diri untuk membimbing penulis sampai skripsi ini selesai.
4. Bapak Fadzil Hanafi Asnora., S.I.Kom., M.M, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan kepada penulis guna terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Abdul Halim, SE, M.Si, selaku Ka. Prodi Manajemen yang telah banyak memberikan gambaran-gambaran tentang penulisan skripsi ini hingga selesai.
6. Para Dosen dan staff Universitas Labuhan Batu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
7. Kantor Desa Asam Jawa dan juga rekan-rekan pegawai yang telah memberikan data kepada penulis.
8. Kedua orang tua penulis atas bantuan moril dan spiritualnya hingga penulis berhasil menyelesaikan perkuliahan.
9. Teman-temanku khususnya kelas manajemen, yang telah banyak membantu memberikan saran maupun buah pikiran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya pada Bapak/Ibu dosen dan semua rekan-rekan atas segala kesilapan dan kesalahan yang telah diperbuat penulis selama ini, dan semoga skripsi yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan pihak lain yang memerlukannya.

Rantauprapat, Januari 2023



**Devy Setyaningrum Damanik**  
**1901200184**

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>COVER .....</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I       PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	2
1.3. Rumusan dan Batasan Masalah.....	5
1.3.1. Rumusan Masalah.....	5
1.3.2. Batasan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II       LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Uraian Teori .....	14
2.2.1. Teori Tentang Kualitas Pelayanan .....	14
2.2.2. Teori bauran pemasaran .....	17
2.3. Kerangka Konseptual .....	26
2.4. Hipotesis.....	27
<b>BAB III      METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
3.1.1. Lokasi penelitian.....	28
3.1.2. Waktu Penelitian.....	28
3.2. Populasi dan Sampel .....	29

3.2.1.	Populasi .....	29
3.2.2.	Sampel .....	29
3.3.	Definisi Operasional variabel.....	30
3.4.	Jenis dan sumber Data.....	32
3.5.	Tehnik Pengumpulan Data.....	33
3.6.	Skala Pengumpulan Variabel .....	34
3.7.	Uji Instrumen Penelitian .....	35
3.7.1.	Uji Validitas .....	35
3.7.2.	Uji reliabilitas .....	36
3.8.	Metode Analisis Data.....	36
3.8.1.	Analisis Deskriptif.....	36
3.8.2.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
3.8.3.	Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>41</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	41
4.1.1.	Gambaran umum perusahaan.....	45
4.1.2.	Hasil Deskriptif penelitian .....	47
4.1.3.	Hasil uji asumsi klasik .....	47
	1. Uji normalitas.....	47
	2. Uji heteroskedastisitas.....	49
	3. Uji multikolinearitas.....	50
	4. Hasil analisis regresi linier berganda .....	51
	5. Hasil pengujian hipotesis .....	53
4.2.	Pembahasan .....	57
	1. Pengaruh harga produk terhadap penjualan lempuk durian “Pak Man” pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan.....	57
	2. Pengaruh promosi terhadap penjualan lempuk durian “Pak Man” pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan .....	58
	3. Pengaruh distribusi terhadap penjualan lempuk durian “Pak Man” pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan .....	59



4. Pengaruh lokasi terhadap penjualan lempuk Durian “Pak Man” pada gerai oleh-oleh khas Medan.....	60
5. Pengaruh harga produk, promosi, distribusi dan lokasi Terhadap penjualan lempuk durian “Pak Man” pada gerai oleh-oleh ciri khas Medan.....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
5.1. Kesimpulan .....	62
5.2. Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN KUESIONER</b>	
<b>LAMPIRAN TABULASI PENELITIAN</b>	
<b>LAMPIRAN PENGOLAHAN DATA</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> Tingkat penjualan lempuk durian pada gerai oleh-oleh khas medan “Pak Man” Asam Jawa .....	4
<b>Tabel 3.1.</b> Jadwal Penelitian .....	29
<b>Tabel 3.2.</b> Definisi Operasional Variabel .....	30
<b>Tabel 3.3.</b> Pedoman Pemberian Skor .....	35
<b>Tabel 4.1.</b> Responden jenis kelamin .....	45
<b>Tabel 4.2.</b> Responden tingkat pendidikan .....	45
<b>Tabel 4.3.</b> Responden tingkat usia.....	46
<b>Tabel 4.4.</b> Hasil uji kolmogorov smirnov .....	48
<b>Tabel 4.5.</b> Hasil glejser.....	50
<b>Tabel 4.6.</b> Hasil uji multikolinearitas .....	51
<b>Tabel 4.7.</b> Hasil regresi linier berganda .....	52
<b>Tabel 4.8.</b> Hasil uji t.....	53
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil uji f.....	55
<b>Tabel 4.10.</b> Koefisien determinasi .....	56

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka Konseptual.....	26
<b>Gambar 4.1.</b> Struktur organisasi.....	43
<b>Gambar 4.2.</b> Histogram.....	47
<b>Gambar 4.3.</b> Grafik PP Plot Normal.....	48
<b>Gambar 4.4.</b> Grafik Scatter Plot.....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

<b>Lampiran 1</b>	Kuesioner Penelitian.....	
<b>Lampiran 2</b>	Jawaban Koresponden.....	
<b>Lampiran 3</b>	Uji Validitas.....	
<b>Lampiran 4</b>	Uji Deskripsi responden.....	
<b>Lampiran 5</b>	Uji Reliabilitas.....	
<b>Lampiran 6</b>	Histogram, PP Plot, Kolmogorov Smirnov dan Scatter Plot.....	
<b>Lampiran 7</b>	Uji t.....	
<b>Lampiran 8</b>	Uji f.....	