



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**SKRIPSI**

**ANALISAPENGARUH BAURAN PEMASARAN  
TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN  
( Studi Kasus PD Jaya Utama Motor Padang )**

Oleh :


**BENI SAPUTRA**  
03 156 014

**Mahasiswa Program S-1 Jurusan Manajemen**

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG  
2009**



	No Alumni Universitas	<b>BENI SAPUTRA</b>	No Alumni Fakultas
	<b>Biodata</b>		

a). Tempat/Tgl Lahir: Bukittinggi 09 september 1984, b). Nama Orang Tua: H. Achyar c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e.) No.Bp: 03 156 014, f). Tanggal Lulus: 25 Juli 2009, g). Prediket lulus: Memuaskan, h). IPK: 2,77 i)Lama Studi: 5 tahun 11 bulan, j). Alamat Orang Tua: Jl. By pass parak tinggi Bukittinggi.

**Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan.  
( Studi kasus PD Jaya Utama Motor Padang )**

Skripsi S1 Oleh **Beni Saputra** Pembimbing: **Prof. Hj Yusniar Ilyas**

**ABSTRAK**

Persaingan yang di hadapi oleh beberapa perusahaan semakin ketat dan tajam. Salah satu perusahaan itu adalah PD Jaya Utama Motor Padang. Perusahaan ini bergerak di bidang otomotif yaitu sebagai distributor atau penyalur spare part mobil. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan melakukan analisa mengenai variabel-variabel yang dapat mempengaruhi volume penjualan di antaranya yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Ke empat variabel ini merupakan bagian dari bauran pemasaran. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan pada PD Jaya Utama Padang. Produk, harga, promosi dan saluran distribusi merupakan variabel yang saling berkaitan, Pada dasarnya bauran pemasaran merupakan sebuah program yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel tersebut dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 25 Juli 2009, dengan penguji

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	<b>Prof. Hj. Yusniar Ilyas</b>	<b>Drs. Zulkarnain Said</b>	<b>Suziana SE. MM</b>

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen **Dr. Harif Amali Rivai, SE. Msi**  
NIP. 132 164 008 Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat nomor alumnus :

	Petugas Fakultas/ Universitas	
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan perekonomian mengalami perubahan yang sangat pesat. Perkembangan ini akan mempengaruhi kegiatan usaha yang dilakukan oleh pihak pemerintah dan swasta, untuk dapat melakukan kegiatan usahanya secara kompetitif masing-masing perusahaan ini harus dapat mengantisipasi kondisi pasar dalam meningkatkan kegiatan usahanya sehingga menuntut perusahaan untuk memperluas pasar dan sumber daya yang terdapat pada perusahaan mereka.

Suatu perusahaan yang mengalami perkembangan serta kemajuan tidak akan terlepas dari beberapa faktor baik itu faktor intern maupun faktor eksteren. Adapun faktor eksteren antara lain adanya kebijaksanaan pemerintah, persaingan pasar dari perusahaan yang sejenis yang semakin ketat, lokasi perusahaan dan sebagainya. Sedangkan faktor intern antara lain kebijaksanaan pimpinan, kontrol perusahaan dan sebagainya. Oleh karena itu pimpinan perusahaan mempunyai peranan penting dalam kemajuan perusahaan. Baik dalam menghadapi hambatan atau juga tantangan kemajuan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Demikian juga pertambahan jumlah penduduk dan peningkatan pendapatan masyarakat akan diiringi dengan peningkatan kebutuhan dan keinginan dari masing-masing individu. Produk maupun jasa tertentu tidak hanya semata-mata sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi diharapkan juga dapat meningkatkan prestise dan status sosial sipengguna atau si pemakainya. Mobil

merupakan salah satu kebutuhan manusia, karena dengan mobil seseorang dapat bepergian kemanapun tujuannya.

PD. Jaya Utama Motor Padang adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang otomotif khususnya pada bagian spare part berusaha memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin beragam dan tak terbatas.

Menanggapi kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin besar dan bervariasi tersebut maka PD. Jaya Utama Motor Padang sebagai salah satu perusahaan dagang yang bergerak dalam pemasaran spare part mobil berkeinginan untuk mengembangkan usahanya dari perusahaan pengecer menjadi distributor spare part mobil. Produk-produk yang disediakan terdiri dari berbagai jenis kualitas dan mutu produk yaitu :

1. Kualitas asli / orisinal
2. Kualitas Jepang
3. Kualitas Taiwan
4. Kualitas G/box ( tiruan )

Suatu volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan dari konsep pemasaran. Salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mencapai volume penjualan yang menguntungkan adalah dengan melaksanakan sistem pemasaran yang baik dan efisien. Untuk itu perusahaan terlebih dahulu harus membuat suatu perencanaan dan konsep pemasaran yang akan dijalankan perusahaan.

Perencanaan sistem pemasaran merupakan salah satu unsur yang sangat diperlukan untuk mengikuti perkembangan di masa yang akan datang. Tanpa perencanaan sebuah organisasi kemungkinan akan mengambil cara-cara yang

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa di atas, apabila analisis dilakukan dengan uji t untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel maka dapat diperoleh variabel produk (X1), promosi (X3) dan distribusi (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penungkatan volume penjualan. Artinya semakin baik variabel produk (X1), promosi (X3) dan distribusi (X4) maka akan semakin tinggi volume penjualan. Sedangkan variabel harga (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volume penjualan, artinya semakin tinggi variabel harga maka akan mengakibatkan menurunnya volume penjualan.

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa variabel bebas yaitu produk (X1), harga (X2) promosi (X3) dan distribusi (X4) dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel terikat yaitu volume penjualan.

Jika dilihat secara bersama-sama ke empat variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3) dan distribusi (X4) mampu mempengaruhi variabel dependen sebesar 99,5%.

#### **6.2 Saran**

Setelah melihat bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi perusahaan yaitu

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid I. Terjemahan (Molan, Benyamin). Indonesia : PT. Indeks. ✓
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid II. Terjemahan (Molan, Benyamin). Indonesia : PT. Indeks. ✓
- Swastha, Basu Drs dan Drs Irawan M.B.A. 2000 *Manajemen Pemasaran Modern*, liberty yogyakarta,
- Assauri, Sofjan Prof.DR, 2007. *Mmanajemen pemasaran*. PT raja gravindo persada Jakarta,
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Penerbit Andi : Yogyakarta
- Robbins, Stephen P. 2006, *Prilaku organisasi*, penerbit PT. Indeks
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Umar, Husein, (1997). *Metedologi Penelitian, Aplikasi dalam Penelitian*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono, Prof.DR. 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfa beta . Bandung
- Santoso, S., 2002, *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Santoso, S., dan F. Tjiptono, 2001, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Elex Media Komputindo, Jakarta.