

## ABSTRAK

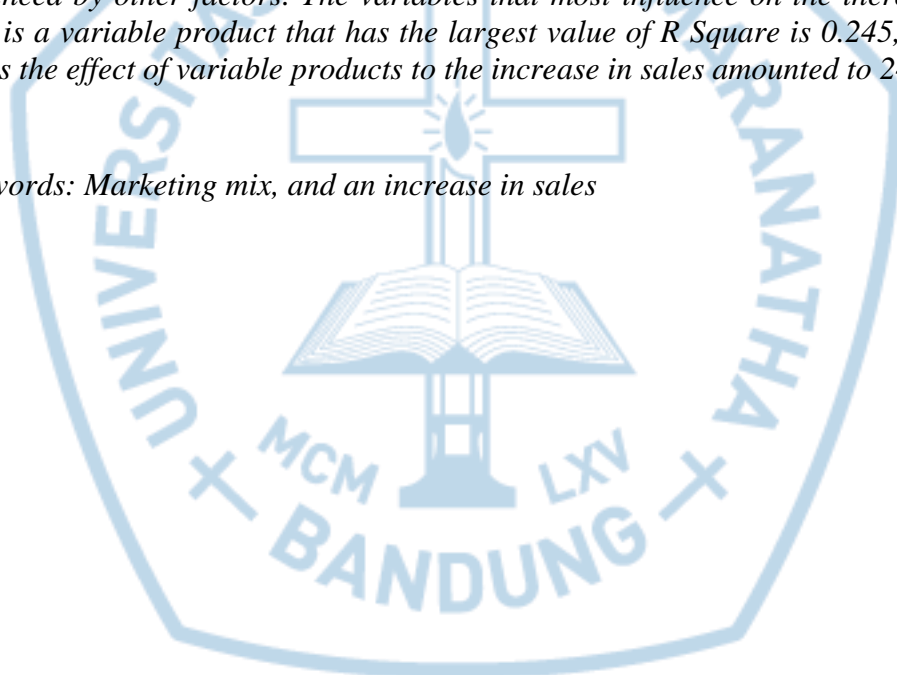
Peluang bisnis minuman masih sangat segar untuk dilakoni mengingat iklim cuaca di Indonesia yang cenderung tropis atau hangat. Dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan seringkali dihadapkan pada berbagai masalah, seperti kesulitan di dalam meningkatkan penjualan. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square dalam upaya untuk meningkatkan penjualan adalah dengan melakukan bauran pemasaran sebagai strategi untuk meningkatkan efektifitas yang tinggi dan mendapat hasil penjualan yang lebih besar. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan penjualan pada Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang tinggal di Jawa Barat yang berusia mulai dari 18 tahun yang membeli produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee di Jatinangor Town Square. Terdapat 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan bauran pemasaran memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap peningkatan penjualan dengan hasil 30,9 % dan sisanya sebesar 69,1 % dipengaruhi oleh faktor lain. Variabel yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan adalah variable produk yang memiliki nilai R Square terbesar yaitu 0,245 yang artinya besarnya pengaruh variable produk terhadap peningkatan penjualan adalah sebesar 24,50%.

Kata-kata kunci : Bauran pemasaran, dan peningkatan penjualan

## ABSTRACT

*The business opportunity is still very fresh drinks to be acted considering weather climate in Indonesia is likely to tropical or warm. In order to maintain the viability of companies are often faced with various problems, such as difficulty in increase sales. One of the efforts undertaken by the Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square in an effort to increase sales is by doing the marketing Mix as a strategy to improve the effectiveness of high and get the bigger sales. Therefore, the authors are interested in doing research on the effect of marketing mix to the increase of sales in Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square. The sample in this study is consumers who live in West Java who range in age from 18 years to buy the product Calais Artisan Bubble Tea & Coffee in Jatinangor Town Square. There are 100 respondents. In this study, using a quantitative approach. The methods used in data collection is by using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results of this study indicate that the sale of the marketing mix had a very strong influence on the result of increased sales 30.9% and the remaining 69.1% is influenced by other factors. The variables that most influence on the increase in sales is a variable product that has the largest value of R Square is 0.245, which means the effect of variable products to the increase in sales amounted to 24.50%.*

*Key words: Marketing mix, and an increase in sales*



## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRACT .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	14
2.1.4 Penjualan.....	20
2.2 Rerangka Teoritis .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Riset Empiris.....	27
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	29
2.6 Model Penelitian .....	29

### BAB III MODEL PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian .....	31
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian atau Populasi .....	32
3.3	Definisi Operasional Variabel (DOV) .....	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5	Teknik Analisis Data .....	40
3.5.1	Uji Validitas .....	42
3.5.2	Uji Realibilitas .....	47
3.5.2	Uji Asumsi Klasik .....	51

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Analisa Karakteristik Responden .....	57
4.2	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Cita Rasa Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Sesuai Dengan Harapan dan Keinginan .....	61
4.3	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Kualitas Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Baik.....	62
4.4	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Varian Poduk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Baik.....	63
4.5	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Sesuai Dengan Harapan Dan Kebutuhan Pelanggan .....	64
4.6	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Ditetapan Oleh Perusahaan Terjangkau .....	65
4.7	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Ditetapan Oleh Perusahaan Terjangkau .....	66
4.8	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Ditetapan Oleh Perusahaan Sesuai Dengan Kualitas Produknya.....	67
4.9	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Melalui Promosi Dengan Media Cetak Dan Media Elektronik.....	68
4.10	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Ketertarikan Promosi Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Seperti Pemberian Potongan ( <i>Discount</i> ) Harga Dan <i>Event Bazar</i> .....	69
4.11	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Kegiatan Promosi Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Dapat Meningkatkan Penjualan .....	70

4.12 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Strategis .....	71
4.13 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Berada Di Pusat Perbelanjaan Sehingga Mudah Dijangkau.....	72
4.14 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Memiliki Gerai Atau Toko Yang Bersih, Aman, dan Nyaman .....	73
4.15 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Memiliki Kualitas Produk Yang Dapat Diandalkan Untuk Mempengaruhi Peningkatan Penjualan.....	74
4.16 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Cukup Bersaing Sehingga Mempengaruhi Peningkatan Penjualan .....	75
4.17 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Produk Dari Pesaing Yang Ada Mempengaruhi Peningkatan Penjualan Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square.....	76
4.18 Uji Kecukupan Data .....	77
4.19 Uji Regresi Linear Berganda .....	78
4.20 Uji Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Peningkatan Penjualan .....	81
4.21 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris .....	84
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Keterbatasan Masalah .....	86
5.3 Saran-saran.....	86
 Daftar Pustaka .....	 87
Lampiran .....	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURICULUM VITAE).....	117

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 KerangkaTeoritis .....	23
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran .....	26
Gambar 2.3 Model Penelitian .....	29



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square .....	5
Tabel 2.1 Riset Empiris.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Produk.....	43
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Harga.....	44
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Promosi .....	45
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Distribusi .....	46
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Peningkatan Penjualan.....	47
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel Produk.....	49
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	49
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Variabel Promosi .....	50
Tabel 3.10 Uji Reliabilitas Variabel Distribusi.....	50
Tabel 3.11 Uji Reliabilitas Variabel Peningkatan Penjualan.....	51
Tabel 3.12 Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 3.13 Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Konsumen Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Konsumen Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Konsumen Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Berdasarkan Pekerjaan .....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Konsumen Sports station di Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Berdasarkan Pendapatan per bulan.....	60
Tabel 4.5 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Cita Rasa Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Sesuai Dengan Harapan dan Keinginan.....	61
Tabel 4.6 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Cita Rasa Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Sesuai Dengan Harapan dan Keinginan.....	62
Tabel 4.7 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Varian Poduk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square.....	63
Tabel 4.8 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Poduk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Sesuai Dengan Harapan Dan Kebutuhan Pelanggan .....	64

Tabel 4.9 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Ditetapkan Oleh Perusahaan Terjangkau .....	65
Tabel 4.10 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Ditetapkan Oleh Perusahaan Lebih Murah Jika Dibandingkan Dengan Merek Produk Lainnya .....	66
Tabel 4.11 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Ditetapkan Oleh Perusahaan Sesuai Dengan Kualitas Produknya .....	67
Tabel 4.12 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Produk Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Melalui Promosi Dengan Media Cetak Dan Media Elektronik .....	68
Tabel 4.13 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Ketertarikan Promosi Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Seperti Pemberian Potongan ( <i>Discount</i> ) Harga Dan <i>Event</i> Bazar .....	69
Tabel 4.14 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Kegiatan Promosi Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Dapat Meningkatkan Penjualan .....	70
Tabel 4.15 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Yang Strategis .....	71
Tabel 4.16 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Berada Di Pusat Perbelanjaan Sehingga Mudah Dijangkau .....	72
Tabel 4.17 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Memiliki Gerai Atau Toko Yang Bersih, Aman, dan Nyaman .....	73
Tabel 4.18 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Memiliki Kualitas Produk Yang Dapat Diandalkan Untuk Mempengaruhi Peningkatan Penjualan .....	74
Tabel 4.19 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square Cukup Bersaing Sehingga Mempengaruhi Peningkatan Penjualan .....	75
Tabel 4.20 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Jual Produk Dari Pesaing Yang Ada Mempengaruhi Peningkatan Penjualan Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square .....	76
Tabel 4.21 Uji Kecukupan Data .....	78
Tabel 4.22 Uji Koefisien Determinasi .....	79
Tabel 4.23 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	79
Tabel 4.24 Tabel Coefficients .....	80
Tabel 4.25 Uji Besarnya Pengaruh Variable Produk Terhadap Peningkatan Penjualan .....	81



Tabel 4.26 Uji Besarnya Pengaruh Variable Harga Terhadap Peningkatan Penjualan .....	82
Tabel 4.27 Uji Besarnya Pengaruh Variable Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan .....	82
Tabel 4.28 Uji Besarnya Pengaruh Variable Distribusi Terhadap Peningkatan Penjualan .....	83
Tabel 4.29 Perbandingan Dengan Hasil Riset Empiris.....	84



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Uji Normalitas Histogram.....	52
Grafik 3.2 Uji Normalitas P.Plot.....	52
Grafik 3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Uji Validitas.....	88
Lampiran B	Uji Reabilibilitas.....	93
Lampiran C	Uji Asumsi Klasik.....	95
Lampiran D	Uji Multikolinieritas.....	97
Lampiran E	Analisis Karakteristik Responden.....	99
Lampiran F	Uji Kecukupan Data.....	109
Lampiran G	Uji Regresi.....	109

