

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PENJUALAN KULIT MANIS KE PERUSAHAAN DISTIRA  
KECAMATAN PONDOK TINGGI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas – Tugas Untuk Memenuhi Salah Satu  
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh :  
**NAMA : BIMA ARIVANO**  
**NIM : 1910061201178**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SUNGAI PENUH**

**2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PENJUALAN KULIT MANIS KEPERUSAHAAN DISTIRA  
KECAMATAN PONDOK TINGGI**

Bima Arivano

Email [bimaarivano320@gmail.com](mailto:bimaarivano320@gmail.com)

Pembimbing : Dr. Indra Budaya, S.E., M.M

Email [indra.budaya77@gmail.com](mailto:indra.budaya77@gmail.com)

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk terhadap keputusan penjualan kulit manis perusahaan Distira Kecamatan Pondok Tinggi ? 2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan penjualan kulit manis perusahaan Distira Kecamatan Pondok Tinggi ? 3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tempat terhadap keputusan penjualan kulit manis perusahaan Distira Kecamatan Pondok Tinggi ? 4) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan penjualan kulit manis perusahaan Distira Kecamatan Pondok Tinggi ? 5) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran secara simultan terhadap keputusan penjualan kulit manis perusahaan Distira Kecamatan Pondok Tinggi ? Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menjual kulit manis Perusahaan Distira Kecamatan Pondok Tinggi. Selanjutnya dengan menggunakan rumus Roscoe dan Sugiyono, maka didapatkan ukuran sampel sebanyak 50 responden dengan teknik pengambilan sampel *Nonprobability Sampling*. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, Uji T, Uji F, Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), yang diolah menggunakan *software SPSS 26*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, secara simultan variabel Bauran Pemasaran memiliki pengaruh terhadap Keputusan Penjualan Kulit Manis, hal ini dapat dilihat dari hasil Uji F dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $32.490 > 2.42$ ). Sedangkan secara parsial variabel produk dan variabel tempat tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penjualan, hal ini dapat dilihat dengan hasil uji t variabel produk  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1.175 < 1.67943$ ), dan variabel tempat  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.959 < 1.67943$ ). Sedangkan variabel harga dan variabel promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Penjualan, hal ini dapat dilihat dengan hasil uji t variabel harga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.418 > 1.67943$ ), dan variabel promosi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.213 > 1.67943$ ). Selanjutnya variabel Produk, Harga, Tempat dan Promosi berpengaruh sebesar 74.3% terhadap tingkat Keputusan Penjualan, sedangkan sisanya sebesar 25.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Kulit Manis, Bauran Pemasaran, Keputusan Penjualan**

**THE INFLUENCE OF THE MARKETING MIX ON THE DECISION OF  
SWEET SKIN SALES TO DISTIRA COMPANIES, PONDOK TINGGI  
DISTRICT**

Bima Arivano

Email [bimaarivano320@gmail.com](mailto:bimaarivano320@gmail.com)

Advisor : Dr. Indra Budaya, S.E., M.M

Email [indra.budaya77@gmail.com](mailto:indra.budaya77@gmail.com)

Sakti Alam Kerinci School of Economics

**ABSTRACT**

*This study aims 1) To find out how much influence the product has on the decision to sell cinnamon to the Distira company, Pondok Tinggi District? 2) To find out how much influence the price has on the decision to sell cinnamon to the company Distira Pondok Tinggi District? 3) To find out how much influence the place has on the decision to sell cinnamon to the Pondok Tinggi District Distira company? 4) To find out how much influence the promotion has on the decision to sell cinnamon to the company Distira Pondok Tinggi District? 5) To find out how much influence the marketing mix simultaneously has on the decision to sell cinnamon to the company Distira Pondok Tinggi District? The population in this study is all people who sell cinnamon to the company Distira Pondok Tinggi District. Furthermore, by using the Roscoe and Sugiyono formula, a sample size of 50 respondents was obtained using the Nonprobability Sampling technique. The data analysis tool used is multiple linear regression analysis, T test, F test, Coefficient of Determination Test (R<sup>2</sup>), which is processed using SPSS 26 software.*

*Based on the results of the research that has been done, simultaneously the Marketing Mix variable has an influence on Sweet Peel Sales Decisions, this can be seen from the results of the F test with  $F_{count} > F_{table}$  ( $32,490 > 2.42$ ). While partially product variables and place variables have no effect on Sales Decisions, this can be seen by the results of the t-test product variable  $t_{count} < t_{table}$  ( $1.175 < 1.67943$ ), and place variable  $t_{count} < t_{table}$  ( $0.959 < 1.67943$ ). While price variables and promotion variables have an influence on Sales Decisions, this can be seen by the results of the t test for price variables  $t_{count} > t_{table}$  ( $3.418 > 1.67943$ ), and promotion variables  $t_{count} > t_{table}$  ( $3.213 > 1.67943$ ). Furthermore, the variables Product, Price, Place and Promotion have an effect of 74.3% on the level of Sales Decisions, while the remaining 25.7% is influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords:** *Sweet Skin, Marketing Mix, Sales Decision*