

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* UNTUK  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK  
KREATIF RAK BUNGA PADA BENGKEL LAS WP  
WORKS**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana teknik**

**Oleh :**

**ABI RIZAL**

**2017.69.03.0043**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN  
2021**

## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX*  
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN PRODUK KREATIF RAK  
BUNGA PADA BENGKEL LAS WP WORKS

NAMA : Abi Rizal

NIM : 2017.69.03.0043

“Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing- masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar sarjana Teknik saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Pasuruan, 19 Agustus 2021



STAMP: KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN INFORMATIKA  
METRAI TEMPEL  
0E491AJX410144499

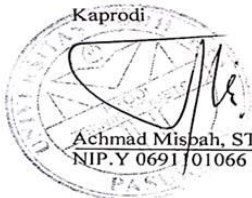
Abi Rizal

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

JUDUL : ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX*  
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN PRODUK KREATIF RAK  
BUNGA PADA BENGKEL LAS WP WORKS

NAMA : Abi Rizal  
NIM : 2017.69.03.0043

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui  
Pasuruan, 19 Agustus 2021

Kaprodi  
  
Achmad Mispah, ST., MT  
NIP.Y 0691101066

Pembimbing  
  
M. Hermansyah, ST., MT  
NIP.Y 0690401036

## PENGESAHAN SKRIPSI


JUDUL : ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX*  
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN PRODUK KREATIF RAK BUNGA  
PADA BENGKEL LAS WP WORKS

NAMA : Abi Rizal  
NIM : 2017.69.03.0043

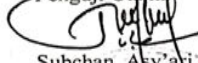
Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan  
Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 19 Agustus 2021. Menurut  
pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk  
tujuan penganugerahan gelar  
Sarjana Teknik (ST)

Pasuruan, 19 Agustus 2021


Pembimbing

  
M. Hermansyah, ST., MT  
NIP.Y 0690401036

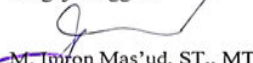
Penguji Utama

  
Subchan Asy'ari, ST., MT  
NIP.Y 0691508143


Kaprodi

  
Achmad Misbah, ST., MT  
NIP.Y 0691101066

Penguji Anggota

  
M. Imron Mas'ud, ST., MT  
NIP.Y 0691101058

Dekan Fakultas Teknik

  
Misbach Muhrir, ST., MT  
NIP.Y 0690201015

Hanya ada dua pilihan memenangkan kehidupan :  
Keberanian, atau keikhlasan.  
Jika tidak berani, ikhlaslah menerimanya. Jika tidak ikhlas,  
beranilah mengubahnya.  
*-Lenang Manggala*

Persembahaan:

- ❖ Skripsi ni saya persembahkan untuk ayah dan ibu saya telah mensupport dan mengisi dunia saya dengan banyak kebahagiaan. Terimah kasih atas semua cinta yang telah ayah dan ibu berikan. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan pada dua orang paling berharga dalam hidup saya.
- ❖ Keluarga besar fakultas teknik Univ. Yudharta Pasuruan.
- ❖ Teman-teman seangkatan dan seperjuangan.
- ❖ Seluruh Dosen Teknik industri Univ. Yudharta Pasuruan
- ❖ Keluarga besar himpunan teknik industri Univ. Yudharta Pasuruan. (HIMTI).
- ❖ Teman-teman Aliansi Teknik Univ. Yudharta Pasurua

# **ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK KREATIF RAK BUNGA PADA BENGKEL LAS WP WORKS**

ABI RIZAL

Program Studi Teknik Industri, Universitas Yudharta Pasuruan

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan produk kreatif rak bunga pada bengkel las WP WORKS. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan bulan Juli 2019. Metode penelitian kepustakaan untuk pengumpulan data dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah *Incidental Sampling* sebanyak 50 orang. Metode analisis menggunakan analisis Deskriptif, Uji validitas, Uji realibilitas, Uji linieritas, Uji normalitas (Kolmogorov smirnov) dan Uji Regresi linier Sederhana. Diketahui bahwa nilai F hitung = 12.311 dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ , maka model regresi dapat di pakai untuk memprediksi Strategi marketing mix atau dengan kata lain ada pengaruh strategi marketing mix (X) terhadap variabel volume penjualan (Y). Hasil penelitian dilihat dari hasil analisis regresi sederhana. Dari hasilregresi, maka dapat disusun persamaan  $Y = 11,091 + 0,226 X$  yang berarti bahwa strategi marketing mix berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan Produk kreatif rak bunga di bengkel las WP WORKS. Koefisien determinasi (*R-square*) sebesar 0,204 hal ini berarti bahwa variabel strategi marketing mix dapat menjelaskan 20,4% dari perubahan volume penjualan dan sisanya yaitu sebesar 79,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti.

**Kata kunci** : Strategi *Marketing Mix* dan Volume Penjualan

**ANALYSIS OF MARKETING MIX STRATEGIES TO  
INCREASE SALES VOLUME OF FLOWER RACK  
CREATIVE PRODUCTS AT WP WORKS WELDING  
WORKSHOPS**

*ABI RIZAL*

*Industrial engineering study program, University of Yudharta  
Pasuruan*

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Volume of flower rack creative products at the WP WORS welding workshop. The research was carried out from June to July 2019. Literature research method for data collection using a Likert scale and the method of determining the sample used is Incidental Sampling as many as 50 people. The analysis method uses descriptive analysis, validity test, reliability test, linearity test, normality test (Kolmogorov smirnov) and simple linear regression test. It is known that the calculated F value = 12,311 with a significance level of  $0.001 < 0.05$ , then the regression model can be used to predict the marketing mix strategy or in other words there is an influence of the marketing mix strategy (X) on the sales volume variable (Y). The results of the study were seen from the results of simple regression analysis. From the regression results, the equation  $Y = 11.091 + 0.226 X$  means that the marketing mix strategy has an effect on increasing sales volume of flower rack creative products in the WP WORKS welding workshop. The coefficient of determination (R-square) is 0.204, this means that the marketing mix strategy variable can explain 20.4% of changes in sales volume and the remaining 79.6% is influenced by factors not examined.*

**Keywords:** *Marketing Mix Strategy and Sales Volume*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK KREATIF RAK BUNGA PADA BENGKEL LAS WP WORKS**” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Penulisan skripsi ini juga dapat di selesaikan atas bantuan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan selama kegiatan penelitian berlangsung. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak berikut:

1. Bapak Dr. H. Kholid Muradlo, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan,
2. Bapak Misbach Munir, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Yudharta Pasuruan,
3. Bapak Achmad Misbah, S.T., M.T., selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Yudharta Pasuruan,
4. Bapak M. HERMANSYAH, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing kegiatan penelitian dan penyusunan laporan Seminar Proposal.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknik Industri, selaku pendidik di Program Studi Teknik Industri yang telah memberi ilmu pengetahuan selama belajar di Universitas Yudharta Pasuruan,
6. Seluruh pihak yang membantu penyusunan peulisan skripsi.

Sujud dan terimah kasih yang dalam penulis persmbahkan kepada Bunda dan ayahanda tercinta, atas dorongan yang kuat, kebijaksanaan dan do'a.

Pasuruan, 19 Agustut 2021

Abi Rizal

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL DAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Masalah.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penyusunan .....	4
<b>BAB II TIJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.3 Fungsi dan Tujuan Pemasaran.....	13

2.3.1 Fungsi Pemasaran.....	13
2.3.2 Tujuan Pemasaran .....	14
2.4 Pengertian Strategi Pemasaran .....	15
2.5 Pengertian Elemen-Element Maketing Mix 4P.....	20
2.6 Penjualan.....	23
2.7 Faktor yang Mempengaruhi Volume penjualan...	24
2.8 Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Kerangka Pemikiran .....	27
3.2 Teknis Metodologi Penelitian .....	28
3.2.1 Pengertian Pemasaran.....	28
3.3 Jenis Penelitian data Sumber Data .....	28
3.3.1 Devinisi Operasional Variabel .....	28
3.3.2 Populasi dan Sampel .....	29
3.3.3 Teknis Pengumpulan Data .....	30
3.3.4 Teknis Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	35
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	37
4.3 Analisis Data .....	45
4.4 Pembahasan.....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55

**DAFTAR PUSTAKA .....57**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

- Tabulasi Strategi Marketing Mix (X)
- Tabulasi Volume Penjualan (Y)
- Kuisioner
- Uji Validitas & Realibilitas (X) Menggunakan SPSS 22
- Uji Validitas & Realibilitas (Y) Menggunakan SPSS 22
- Uji Validitas Menggunakan SPSS 22
- Uji Normalitas (Kolmogorov smirnov) Menggunakan SPSS22
- Analisis Regresi Sederhana
- Daftar Riwayat Hidup
- Dokumentasi
- Lembar Bimbingan

## DAFTAR TABEL

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	10
3.1 Skoring Jawaban Responden .....	31
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... .....	35
4.2 Karakteristik Responden Terhadap Pendidikan .....	36
4.3 Responden Berdasarkan Usia .....	37
4.4 Skor Jawaban Responden Marketing Mix(X) .....	38
4.5 Skor Jawaban Responden Marketing Mix(Y) .....	43
4.6 Hasil Uji Validitas .....	45
4.7 Hasil Uji Realibilitas .....	46
4.8 Hasil Uji Linieritas .....	47
4.9 Hasil Uji Normalitas .....	48
4.10 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	49
4.11 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	50
4.12 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	51

## **DAFTAR GAMBAR**

1.1 Gambar Grafik.....	2
3.2 Skema Pemikiran.....	27
3.3 Diagram alir Penelitian.....	33

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Tabulasi Strategi Marketing Mix (X)
- Tabulasi Volume Penjualan (Y)
- Kuisioner
- Uji Validitas & Realibilitas (X) Menggunakan SPSS 22
- Uji Validitas & Realibilitas (Y) Menggunakan SPSS 22
- Uji Validitas Menggunakan SPSS 22
- Uji Normalitas (Kolmogorov smirnov) Menggunakan SPSS22
- Analisis Regresi Sederhana
- Daftar Riwayat Hidup
- Dokumentasi
- Lembar Bimbingan



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

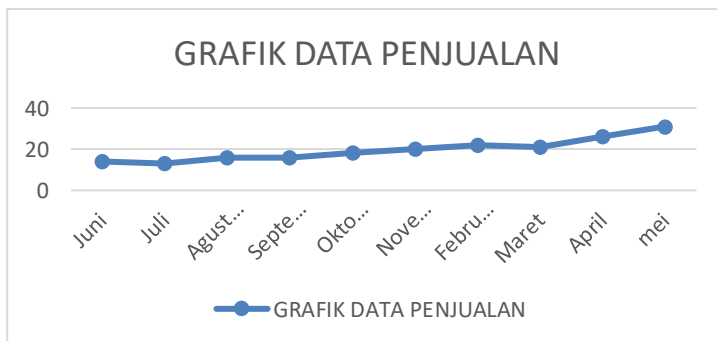
Seorang pengusaha akan berusaha untuk memenangkan persaingan dan menjadi yang terbaik, oleh sebab itu harus menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang (kotler, 2002) Salah satu tujuan mendirikan usaha adalah untuk mencari keuntungan atau laba. Pemasaran dalam suatu usaha merupakan hal yang sangat penting. Pemasaran dapat di definisikan sebagai kegiatan manajerial dan di dalam kegiatan itu ada individu maupun kelompok yang akan mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan (*needs and wants*), dengan kegiatan mempertukarkan produk atau menawarkan pada pihak lain (aulia, 2013). Pemasaran merupakan kegiatan antara manajerial dan seni untuk menjual produk, diperlukan sebuah strategi untuk menjaring pangsa pasar. (kotler, 2002)menjadi seorang pengusaha yang terbaik, harus menguasai dan dapat memenangkan persaingan yaitu dengan bagaimana menampilkan hal yang terbaik dari produknya untuk memenuhi selera dan keinginan dari konsumen Salah satu strategi yaitu dengan pelayanan yang ramah dan memuaskan konsumen akan produk yang ditawarkan (Forijati, 2019). Analisis tentang pemasaran akan berguna untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari suatu usaha, sehingga pengusaha dapat memperbaiki kelemahan dan mampu mempertahankan usahanya dengan kekuatan yang dipunyai. Oleh sebab itu berbagai teori tentang pemasaran dengan strateginya yang dikenal dengan bauran pemasaran atau marketing mix.

Bengkel las WP WORKS merupakan bengkel las yang bergerak di bidang jasa, dan juga salah satu Bengkel las kreatif yang mampu membuat produk kreatif rak bunga yang mempunyai

prospek cerah didalam unit usahanya. Perlu diadakannya pengkajian terhadap efektivitas volume penjualan yang berfungsi sebagai pedoman menggunakan variabel-variabel didalam pemasarannya, sehingga perusahaan dapat mengatur serta mengendalikan suatu kegiatan pemasaran tersebut secara optimal. Produk yang dihasilkan merupakan produk kreatif yang mempunyai atau memiliki konsumen potensial, memiliki pangsa pasar yang luas, serta persaingan yang sangat ketat maka penentuan bauran pemasaran dengan strategi yang tepat karna sangat berperan penting peranannya dalam peningkatkan volume penjualan produk kreatif rak bunga yang di produksi Bengkel las WP WORKS.

Berdasarkan data penjualan yang di peroleh dari tim marketing di bengkel las WP WORKS, volume penjualan rak bunga dari bulan juni hingga mei mengalami peningkatan, hal ini menunjukkan bahwa produk kreatif rak bunga yang di hasilkan sangatlah bagus. Berikut adalah grafik data penjualan produk kreatif rak bunga yang di buat bengkel las WP WORKS dari bulan juni hingga mei.

Gambar Grafik 1.1



*Sumber Data : Bengkel Las WP Works.*

Dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa dalam periode 10 bulan teakhir yaitu pada bulan juni hingga mei jumlah penjualan

rak bunga pada bengkel las wp works mengalami kenaikan yang cukup signifikan perbulannya, dapat dilihat bahwa pada bulan juli yang sebelumnya mengalami penurunan terjadi kenaikan penjualan pada bulan agustus, kemudian pada bulan September yang sebelumnya mengalami penurunan. Bulan berikutnya yaitu februari terjadi kenaikan yang stabil, yang artinya penjualan rak bunga ini meningkat cukup baik. Pada bulan berikutnya yang sebelumnya pada bulan maret terjadi sedikit penurunan, kemudian pada bulan terakhir yaitu bulan mei terjadi peningkatan yang cukup signifikan dari bulan sebelumnya. Berdasarkan data grafik penjualan rak bunga pada bengkel las wp works dari bulan juni hingga mei cenderung mengalami peningkatan penjualan.

Menyusun dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat merupakan taktik yang menentukan guna menghadapi persaingan yang ketat saat ini. Menghadapi kenyataan ini maka pihak perusahaan harus mampu menentukan strategi tersebut dapat berupa perluasan pasar, promosi, penetapan harga dan penentuan persediaan agar semakin giat memudahkan kreasi dengan menawarkan desivirkasi produk rak bunga yang bervariasi pada masyarakat, serta memberikan pelayanan yang memuaskan, untuk terus mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar yang memadai dapat tercapai.

Mengatasi persaingan-persaingan tersebut, maka perusahaan harus dapat membuat program yang tepat, yang mana di dalam meletakkan program tersebut adalah merupakan penyusunan kebijakan dan strategi yang harus ditempuh oleh suatu perusahaan. Sehingga perusahaan tersebut mampu mengatasi persaingan yang ada terhadap perusahaan yang sejenis.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti hendak menguji dan bisa menyimpulkan pokok permasalahan yang akan di teliti, antara lain :

1. Bagaimana cara strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS.
2. Bagaimana upaya menentukan variabel yang paling mempengaruhi penjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh marketing mix terhadap peningkatan volume penjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS.
2. Untuk mengetahui variabel yang paling mempengaruhi penjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Dapat diketahui pengaruh marketing mix terhadap peningkatan volume terhadap penjualan rak bunga di Bengkel las WP WORKS.
2. Dapat diketahui variabel yang paling mempengaruhi rak bunga di Bengkel las WP WORKS.

## **1.5 Sitematika Penyusunan**

Sistematika penyusunan adalah suatu yang sangat diperlukan dalam pembuatan Proposal Skripsi. Karena sistematika penyusunan memuat seluruh isi laporan yang dilaksanakan secara berurutan sehingga dapat memperlihatkan masalah yang akan dipaparkan. Untuk menghasilkan suatu penyusunan laporan Proposal Skripsi yang sistematis, maka penyajian sistematika laporan adalah sebagai berikut :

## 1. BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang hal-hal yang mendorong atau hal-hal yang melatarbelakangi pentingnya dilakukan penelitian tersebut. Komponen-komponen dalam bab ini diantaranya latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan.

## 2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari 3 sub-bab besar yakni, penelitian terkait, landasan teori dan kerangka teori. Dalam bab ini menjelaskan tentang referensi penelitian terkait, teori yang digunakan serta dikembangkan dan kerangka teori yang diterapkan selama penelitian.

## 3. BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan gambaran umum perusahaan tempat penyusun melakukan penelitian, yaitu mengenai sejarah singkat perusahaan, visi dan misi serta nilai-nilai perusahaan, struktur organisasi perusahaan, tenaga kerja, penyajian proses produksi, alur proses produksi dan peta kerja. Menggambarkan dan menjelaskan Kerangka Pemikiran, teknis metode penelitian, model sistem pengendalian, analisa data pengendalian persediaan penyajian data dan diagram alir penelitian.

## 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisa hasil perhitungan berdasarkan penerapan metode *marketing mix 7P* mulai dari pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data.

## 5. BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang berisikan kesimpulan hasil analisa *marketing mix 7P* dan perbandingan dengan kebijakan perusahaan, serta dilengkapi pula dengan saran-saran dari penulis untuk mengembangkan penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Marketing Mix berpengaruh terhadap Peningkatan volume penjualan produk kreatif rak bunga pada bengkel las WP WORS, diketahui bahwa nilai F hitung = 12.311 dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ , maka model regresi dapat di pakai untuk memprediksi Strategi marketing mix atau dengan kata lain ada pengaruh strategi marketing mix (X) terhadap variabel volume penjualan (Y).
2. Hasil penelitian dilihat dari hasil analisis regresi sederhana diperoleh persamaan  $Y = 11,091 + 0,226 X$ . Koefisien determinasi (*R-square*) sebesar 0,204 hal ini berarti bahwa variabel strategi marketing mix dapat menjelaskan 20.4% dari perubahan volume penjualan dan sisanya yaitu sebesar 79,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti. Dapat di artikan bahwa pengaruh kekuatan variabel Strategi marketing mix (X) terhadap variabel volume penjualan (Y) adalah sebesar 20.4%.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan saran yang diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan produk kreatif rak bunga pada bengkel las WP WORS.

1. Selalu Melakukan evaluasi dan terus memaksimalkan strategi marketing mix terhadap meningkatkan volume penjualan untuk menghadapi pesaing-pesaing yang sejenis di masa depan.
2. Variabel Marketing Mix memiliki pengaruh yang positif Terhadap Peningkatan volume penjualan sehingga diharapkan untuk dapat lebih ditingkatkan sehingga volume penjualan dapat lebih meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K. d. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*.
- amstrong, P. k. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*.
- assauri. (n.d.). *Manajemen pemasaran, edisi pertama dan perilaku konsumen*.
- assauri. (1994). *Manajemen pemasaran*.
- aulia, d. (2013). *Analisa strategi Marketing mix menggunakan konsep 5P*.
- emba, j. (2019). *Bauran pemasaran kualitas pelayanan keputusan pembelian produk*.
- Firna M. A. Poluan, S. L. (2019). *Strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan (studi pada minuman kesehatan instant alvero*.
- Forijati. (2019). *Analisis Marketing Mix dalam meningkatkan jumlah pembelian ayam geprek mbok moro kota kediri*.
- Jurnal emba. (2019). *Strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan*.
- kasmir. (2010). *Pengantar manajemen keuangan*.
- kenneth.r, A. (2004). *Managemen strategis dan kebijakan perusahaan*.
- Kotler. (1998). *Stretegi pemasaran*.
- kotler. (1999). *prinsip-prinsip pemasaran*.
- kotler. (2000). *Prinsip-prinsip pemasaran manajemen*.
- kotler. (2000). *Marketing manajemen*.

- kotler. (2002). *marketing management*.
- kotler. (2002). *Manajemen pemasaran analisis perencanaan implementasi dan control*.
- kotler. (2007). *Manajemen pemasaran*.
- kotler, p. (2005). *Manajemen pemasaran*.
- kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran*
- kotler, p. (2006). *Marketing manajemen*.
- ridwan, F. (2020). *Analisis marketing mix dalam meningkatkan jumlah pembelian ayam geprek mbok kota kediri*.
- Stanton. (1993). *Prinsip pemasaran*.
- sugiono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*.
- sunarwing, A. (2019). *Analisis strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan teh botol sosro pada PT.sinar sosro kota makasar*.
- Sutoyo. (2003). *Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian*.
- swastha. (1997). *Manajemen pemasaran modern*.
- umar. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*.
- yanti, P. d. (2020). *Analisis penerapan marketing mix untuk meningkatkan penjualan sovenir aceh*.
- Sunarno, H., Rosyidi, K., Setiawan, A., & Hambali, H. (2019). RESOLUSI KONFLIK HUBUNGAN INDUSTRIAL DALAM SISTEM PENYELENGGARAAN KETENAGAKERJAAN DI KABUPATEN PASURUAN. *Media Mahardhika*, 18(1), 146-152.
- Misbah, A., & Pusakaningwati, A. (2017). MODEL PENGENDALIAN DAN OPTIMALISASI SAFETY STOCK BAHANBAKU

JAMUR TERHADAP FLUKTUASI DEMAND MENUJU MEA  
STUDI: KAWASAN HOME INDUSTRI PENGOLAHAN  
JAMUR KABUPATEN PASURUAN. *JKIE (Journal  
Knowledge Industrial Engineering)*, 4(3).

- Wahid, A., & Munir, M. (2020). Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Metode EOQ (Economic Order Quantity) pada Industri Krupuk "œlstimewa" Bangil. *Journal of Industrial View*, 2(1), 1-8.
- Abassyahil, A., & Asy'ari, S. (2018). Pengaruh Upah Kerja, Konflik Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Di Pt Nusantara Indah Kemilau–Pasuruan). *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 5(2), 91-101.