

**ANALISIS *MARKETING MIX* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus di *THIRFTSHOP* BEKAS CINTA, Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran

Disusun Oleh :

**Rizky Fadlillah
C1190101**

Dosen Pembimbing :

Dr. H. Dandan Irawan, SE.,M.Sc

Jaka Sudewa,SE.,MM.



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis *Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan
Volume Penjualan (Studi Kasus Di *Thirftshop* Bekas
Cinta, Bandung)

Nama : Rizky Fadlillah

NRP : C1190101

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Menyetujui Dan Mengesahkan

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Dandan Irawan,SE.,M.Sc

Jaka Sudewa,SE.,MM

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua
Program Studi S1 Manajemen

Dr. Heri Nugraha., SE. M.Si

Dr. Ami Purnamawati., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizky Fadlillah

NRP : C1190101

Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 29 Juni 2000

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ Analisis *Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di *Thirftshop* Bekas Cinta, Bandung)” adalah benar pekerjaan saya sendiri. Apabila terbukti melanggar, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan kepada saya (sesuai dengan PERMENDIKNAS nomor 17 tahun 2010 tentang pencegahan dan penanggulangan plagiat di perguruan tinggi).

Jatinangor, 2023

Rizky Fadlillah

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di kota Bandung pada tanggal 29 juni 2000 sebagai anak ke dua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Atep Syarif Hidayat dan Ibu Ai Maryani. Pendidikan sekolah menengah atas (SMA) ditempuh di SMAN 1 Rancaekek, dan lulus pada tahun 2019 di tahun yang sama penulis diterima sebagai mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia pada program studi S1 Manajemen.

Selama mengikuti program S1 Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia, penulis aktif dalam beberapa kegiatan mahasiswa yaitu menjadi Anggota Ikopin Football Club di Universitas Koperasi Indonesia periode 2019-2023.

ABSTRACT

RIZKY FADLILLAH, 2023. *Marketing Mix Analysis in an effort to increase sales volume (Studi Kasus Di Thriftshop Bekas Cinta, Bandung). Under the guidance of Dandan Irawan and Jaka Sudewa.*

Thriftshop Bekas Cinta, a business that sells second-hand clothing products such as hoodies and crewnecks, is located in the market Cimol Gede Bage, Bandung. In increasing the volume of sales, it is necessary to analyze the application of the marketing mix that has been implemented to identify the indicators of the lack of marketing odor in its implementation. The aim of this study is to describe the marketing mix in the Thrift shop to increase sales volume. The research uses the problem approach of marketing theories, marketing mix, sales, and sales volume.

The study uses a case study method with a qualitative approach, with data obtained by spreading a questionnaire to 40 respondents who have ever purchased from Thrift shop Bekas Cinta, which is then analyzed descriptively and poured into a cartesian diagram.

The results of this research showed that the best way to increase the volume of sales is by increasing indicators that are not good, such as expanding the network of cooperation with the agent ball seal, to make it easier to acquire the stock of products so that the seller is no longer difficult in terms of product supply. The next indicator is regarding product delivery services. For the service of product distribution to consumers, it is best to evaluate, and vote to know which expedition services are used most effectively and efficiently in terms of time and price.

Keywords: Thriftshop Bekas Cinta, Marketing Mix, Sales Volume

ABSTRAK

RIZKY FADLILLAH, 2023. Analisis *Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di *Thriftshop* Bekas Cinta, Bandung). Di bawah bimbingan Dandan Irawan dan Jaka Sudewa.

Thriftshop Bekas Cinta adalah usaha yang menjual produk pakaian second berupa hoodie dan crewneck yang beralamat di pasar Cimol Gede Bage, Bandung. Dalam meningkatkan volume penjualan, perlu analisis dari penerapan bauran pemasaran yang telah di terapkan untuk mengetahui indikator-indikator bauran pemasaran yang kurang dalam penerapannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan *marketing mix* di *Thriftshop* Bekas Cinta untuk meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan masalah yaitu teori-teori pemasaran, bauran pemasaran (*marketing mix*), penjualan dan volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 40 responden kepada para konsumen yang pernah berbelanja di *Thriftshop* Bekas Cinta yang kemudian di analisis secara deskriptif dan di tuangkan ke dalam diagram kartesius.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator dalam meningkatkan volume penjualan yaitu dengan meningkatkan indikator yang belum baik seperti memperluas jaringan kerja sama dengan agen ball segel, untuk lebih mempermudah dalam memperoleh stok produk sehingga penjual tidak lagi kesulitan dalam hal persediaan produk. Indikator selanjutnya yaitu mengenai pelayanan pengantaran produk, dalam pelayanan pendistribusian produk kepada konsumen sebaiknya dilakukan evaluasi, dan *voting* untuk mengetahui jasa ekspedisi mana yang digunakan paling efektif dan efisien dalam hal waktu dan harga.

Kata Kunci : *Thriftshop, Bekas Cinta, Bauran Pemasaran, Volume Penjualan*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menuntaskan skripsi yang berjudul “Analisis *Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di *Thriftshop* Bekas Cinta)” yang menjadi salah satu syarat untuk menempuh dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia. Akhirnya, setelah melewati berbagai kendala dan menyadari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, penulis berhasil menyelesaikan laporan akhir skripsi ini dengan bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak atas dukungan, doa, dan semangatnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yang terhormat, Bapak Dr. H. Dandan Irawan, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, pengetahuan serta saran untuk kesempurnaan penulisan skripsi.
2. Yang terhormat, Bapak Jaka Sudewa, SE., MM. Selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, pengetahuan serta saran untuk kesempurnaan penulisan skripsi.
3. Yang terhormat, Ibu Dra. Hj. Rosti Setiawati, M.Si selaku dosen penelaah koperasi.

4. Yang terhormat, Bapak Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku dosen penelaah konsentrasi.
5. Yang terhormat, seluruh civitas akademika IKOPIN yang telah membantu saya dalam pengerjaan skripsi.
6. Terimakasih untuk diri saya sendiri, karena telah mampu berjuang keras hingga sejauh ini, bisa mengendalikan diri dari semua tekanan dan permasalahan di luar kendali. Tidak pernah terpikirkan untuk menyerah dalam penulisan skripsi ini. Tidak mudah namun semua di usahakan sebaik dan semaksimal mungkin.
7. Kepada orang tua tercinta Papah Atep Syarif Hidayat dan Mamah Ai Maryani yang selalu tiada hentinya memberikan kasih sayang, do'a, dan motivasi dengan penuh cinta keikhlasan. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis. Penulis akan bertumbuh, berkembang, dan lebih kuat.
8. Terimakasih kepada Nisa Saputri ternyata kisah terus berlanjut, terimakasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Yang selalu menemani penulis, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran. Memberi semangat tiada henti untuk meraih semua impian penulis. terimakasih sudah ada dalam perjalanan hidup penulis. 2017 dan akan terus berlanjut.
9. Neng Desi Wulansari dan A Ridwan Adhi terimakasih sudah menjadi kaka yang hebat selalu sedia mendengarkan keluh kesah penulis, mendoakan, mendukung, serta memberi semangat yang tiada henti kepada penulis.
10. Teman - teman Pondokan Mekar Fikri, Dede, Dulem, Nunu, Arif, Fariz, Sigit, Zulfan.

11. Teman - teman Meleding Fc Sanju, Lulu, Anggri, Aldi, Bang Hen, Sakti,Rayi, Upal, Ramly.
12. Teman – teman masa kecil Sidik, Fadel, Ipan, Dani, Riyan.
13. Teman - teman sepembimbingan Alam dan lainnya yang selalu memberikan informasi, masukan, dan semangat kepada penulis.
14. Teman – teman pengusaha *Thriftshop* yang selalu memberi masukan dan dukungan.
15. Teman - teman Ikopin *Football Club* Universitas Koperasi Indonesia yang selalu menemani penulis menghilangkan penatnya dalam menyusun skripsi.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih banyak telah memberikan segala dukungan, doa, dan motivasi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulisan skripsi ini sangat membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar membantu penulisan skripsi menjadi lebih baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon kepada Allah SWT untuk membalas budi kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Jatinangor, 2023

Rizky Fadlillah

DAFTAR ISI

	Halaman
RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Maksud Penelitian	11
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Aspek Teoritis	12
1.4.2 Aspek Praktis	12
 BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	 13
2.1 Pendekatan Masalah	13
2.1.1 Pendekatan Pemasaran	13
2.1.2 Pendekatan Bauran Pemasaran (Marketing mix)	15
2.1.3 Pendekatan Penjualan dan Volume Penjualan	21
2.2 Metode Penelitian	24
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	24
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	24
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	26
2.2.4 Teknik Pengumpulan data	27
2.2.5 Analisis Data	28
2.2.6 Tempat Penelitian	34
2.2.7 Jadwal Penelitian	34

BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	35
3.1 Keadaan Umum	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Identitas Responden dan Informan	41
4.2 Penerapan <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) Di <i>Thriftshop</i> Bekas Cinta	Error! Bookmark not defined.
4.3 Upaya -Upaya Yang Dapat Dilakukan Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Melalui <i>Marketing Mix</i> Di <i>Thriftshop</i> Bekas Cinta	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran – Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	77