

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
JASA PENGIRIMAN PADA ARYA MEIKA TRANS

SKRIPSI

Oleh

Christoper Hutabalian

1931150008



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA

2023

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN JASA
PENGIRIMAN PADA ARYA MEIKA TRANS

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia



Oleh
Christoper Hutabalian
1931150008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christoper Hutabalian
NIM : 1931150008
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Pengiriman Pada Arya Meika Trasns”. adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 11 Juli 2023



(Christoper Hutabalian)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
JASA PENGIRIMAN PADA ARYA MEIKA TRANS

Oleh:

Nama : Christoper Hutabalian
NIM : 1931150008
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi S1 - Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia

Jakarta, 11 Juli 2023

Menyetujui:

Pembimbing I

(Fenny B.N.L. Tobing, SE, MMA)
(NIDN:0309066103)

Pembimbing II

(Nenny Anggraini, SE., MPsi)
(NIDN:0329075802)

Ketua Program Studi S1 Manajemen

(Jonny Siagian, S.E., MMA)
(NIDN:0301086104)

Dekan

(Dr. Ir. Ktut Silvanita Mangani, MA.)
(NIDN:0015096301)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 11 Juli 2023 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

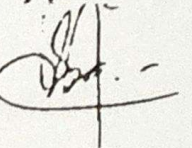
Nama : Christoper Hutabalian

NIM 1931150008

Program Studi : S1 – MANAJEMEN

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Pengiriman Pada Arya Meika Trasns”. oleh tim penguji yang terdiri dari:

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Sautman Sinaga S.E., MM	Sebagai Ketua	
2	Carolina F. Sembiring, SE., MM.	Sebagai Anggota	
3	Fenny B.N.L. Tobing, SE, MMA	Sebagai Anggota	

Jakarta, 11 Juli 2023



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Christoper Hutabalian

NIM : 1931150008

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Judul : "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa

Pengiriman Pada Arya Meika Trasns"

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila ada/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
Pada Tanggal 11 Juli 2023



Christoper Hutabalian

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Pada Aryamrika Trans (Studi Kasus Pada Konsumen Arya Meika Trans)”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk mengikuti sidang skripsi di Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Kristen Indonesia.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini, penulis secara khusus menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Dhaniswara K. Harjono S.H., M.H., M.B.A., Selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia
2. Ibu Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia
3. Ibu Dr. Melinda Malau, S.E., M.M., selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
4. Bapak Jhony Siagian, S.E., MMA, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
5. Ibu Fenny B.N.L. Tobing, SE, MMA. selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk membimbing saya dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan penulisan tugas akhir saya, sehingga saya dapat menyelesaikannya dengan mudah dan baik.
6. Ibu Nenny Anggraini, SE., M.Psi. selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dan saran dalam penyusunan tugas akhir saya.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan memberi ilmu selama perkuliahan dan seluruh staff yang selalu sabarr melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
8. Semua Pihak yang telah mendukung tugas akhir saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu .Semoga Tuhan yang Maha Esa melimpahkan rahmatnya dan membalas semua amal kebaikan mereka. Saya menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Karena keterbatasannya

kemampuan dan pengalaman saya oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan saya terima dengan senang hati . Akhir kata, dengan segala syukur saya penulis saya mengucapkan terimakasih



DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
B. Teori Strategi Pemasaran	6
C. Tahapan Strategi Pemasaran	7
D. Pengertian Bauran Pemasaran	8
E. Unsur Strategi Pemasaran.....	12
F. Kualitas Produk	12
G. Harga.....	15
H. Lokasi	17
I. Penjualan Secara Umum	19
J. Keputusan Pembelian	23
K. Kajian Terdahulu	24
L. Kerangka Teoritis	24
M. Hipotesa.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
N. Tempat Dan Waktu Pelaksanaan	26
O. Definisi Operasional	26
P. Jenis Penelitian	28
Q. Jenis Dan Sumber Data	28
R. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	29
S. Metode Pengumpulan Data	29
T. Teknik Pengolahan Data	30
 Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 36
A. Karakteristik Responden.....	36
1. Berdasarkan Jenis Kelamin	36
2. Berdasarkan Usia	36
B. Pengujian Instrument	37
C. Analisa Data.....	40
D. Pengujian Hipotesis.....	47
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 52
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53
 Daftar Pustaka	 54
 Lampiran.....	 56

DAFTAR TABEL

Tabel II – 1 Kerangka Teoritis.....	24
Tabel III - 2 Operasional Variabel	27
Tabel III - 3 Skala Likert.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1)	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial).....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan).....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk (X1).....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Promosi (X3).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Bauran Pemasaran	9
Gambar II - 2 Proses Personal Selling.....	21
Gambar II - 3 Kerangka Teoritis.....	24
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2: Data Variabel	59
Lampiran 3: Hasil Pengujian Instrument.....	61
Lampiran 4: Hasil Statistik Deskriptif	65
Lampiran 5: Hasil Uji Asumsi Klasik.	66
Lampiran 6: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis	69



ABSTRAK

Christoper Hutabalian 2023, Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Jasa pada Arya Meika Trans. Riset ini punya tujuan untuk menemukan apakah kualitas jasa, harga serta promosi ada pengaruh dengan partial serta simultan pada penambahan pemasaran jasa pada Arya Meika Trans serta untuk menemukan di antara kualitas produk jasa, harga serta promosi manakah yang pada penambahan pemasaran pada Arya Meika Trans. Jenis riset yang dipakai oleh peneliti ialah kuantitatif, dengan total sample 30 staff di industri yang memakai Jasa distributor Arya Meika Trans. Teknik pengumpulan data yakni memakai angket, Pengujian instrument riset yakni pengujian validitas serta reliability. Analisa data yang dipakai ialah analisa regresi linear berganda, sementara pengujian hipotesis yakni Pengujian partial (Pengujian t), pengujian dengan bersamaan (Pengujian F) serta koefisien determinansi berganda (R^2).

Hasil riset memakai pengujian t menampilkan adanya pengaruh dengan partial pada variabel kualitas produk, harga serta promosi pada penambahan pemasaran jasa di Arya Meika Trans. Berlandaskan hasil pengujian regresi linear berganda bisa diketahui variabel cenderung dominan memengaruhi penambahan pemasaran di Arya Meika Trans

Kata kunci: Kualitas produk, harga, promosi, putusan pembelian.

ABSTRACT

Christopher Hutabalian 2023, Marketing Strategy in Increasing Service Sales at Arya Meika Trans. This study aims to determine whether service quality, price and promotion have a partial and simultaneous effect on increasing sales of services at Arya Meika Trans and to find out which of the product quality services, prices and promotions have on increasing sales at Arya Meika Trans. The type of research used by researchers is quantitative, with a sample size of 30 employees in companies that use Arya Meika Trans shipping services. The method of data collection is using a questionnaire. Test the research instrument, namely testing the validity and reliability. The data analysis used is multiple linear regression analysis, while the hypothesis test is a partial test (t test), simultaneous test (F test) and multiple coefficients of determination (R^2).

The results of the study using the t test showed that there was a partial effect on the product quality, price and promotion variables on the increase in sales of services at Arya Meika Trans. Based on the results of multiple linear regression tests, it can be seen that the most dominant variable influences the increase in sales at Arya Meika Trans

Keywords: Product quality, price, promotion, purchasing decision.