

SKRIPSI

VERA CHRIS TINAWATI

**ANALISIS KEBIJAKAN BAURAN PEMASARAN
PRODUK SHAMPOO PADA PT. VYCARIS
COSMETICS DI BABAT**



No. INDUK	1739/99
TGL TERIMA	23.10.98
REVISI FADHIL	
No. BUKU	FE-m Tin 4-1
KCP. KE	Cs...

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

1998

**ANALISIS KEBLIJAKAN BAURAN PEMASARAN
PRODUK SHAMPOO PADA PT. VYCARIS
COSMETICS DI BABAT**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

VERA CHRIS TINAWATI

NRP : 3103094133

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

1998

Surabaya, ^{4/10}.....

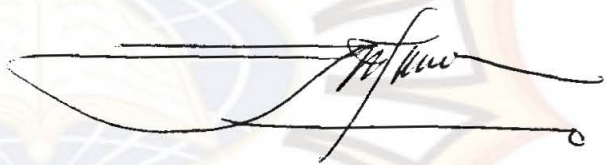
Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing I



Drs. Ec. M. Sairozi, MM.

Dosen Pembimbing II



Drs. Ec. C. Martono

Pembantu Dekan I



Drs. Ec. M. Sairozi, MM.

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, kami mengucapkan syukur dan terima kasih kepada Yesus, Tuhan dan Juru Selamat Kami, atas segala berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga skripsi dengan judul: “ANALISIS KEBIJAKAN BAURAN PEMASARAN PRODUK SHAMPOO PADA PT. VYCARIS COSMETICS DI BABAT “, dapat tersusun dan terselesaikan.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dari beberapa pihak yang memberikan kesempatan, bimbingan saran serta dorongan. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Sairozi, MM, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Ec. C. Martono selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sampai tersusunnya skripsi ini.
3. Ibu Dra. Ec. Ch. Widya Utami, MM dan Ibu Fenika SE, selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan FE Unika Widya Mandala Surabaya.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan bagi penulis.
5. Pimpinan beserta staff perpustakaan dan pegawai Tata usaha Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.

6. Keluarga tercinta yang telah memberi dorongan moril dan spiritual serta doa kepada penulis.
7. Bapak A. Neck Inkiriwang, selaku direktur PT. Vycaris Cosmetics Babat.
8. Responden-responden yang telah meluangkan waktu untuk memberi jawaban dan pendapat kuesioner yang diperlukan.
9. Sahabat-sahabat dan teman-teman yang terkasih, yang selalu membantu memberikan dorongan dan semangat serta berdoa untuk keberhasilan penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran yang membangun serta saran perbaikan akan diterima dengan senang hati. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, Mei 1998

Penulis

DAFTAR ISI

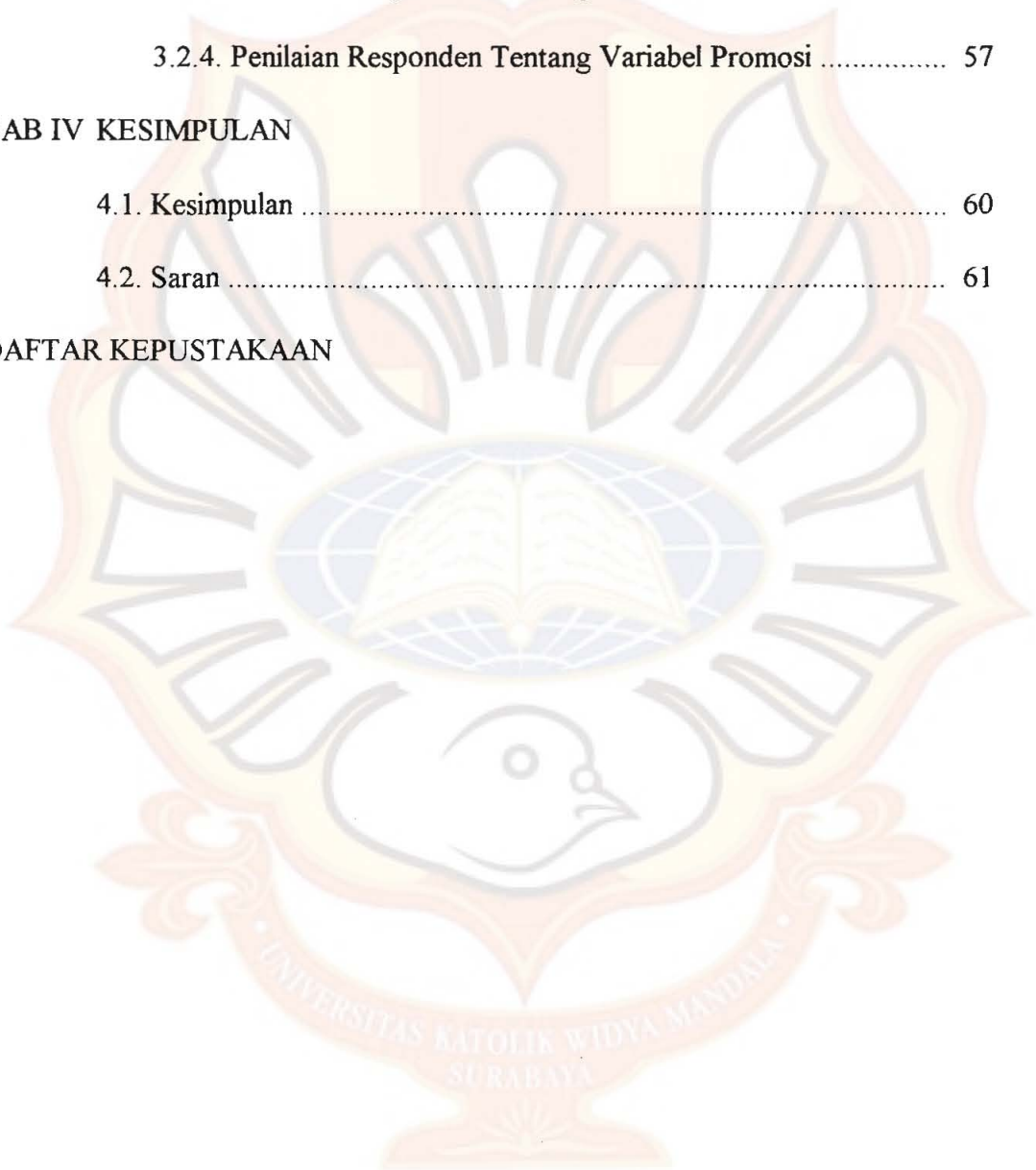
	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran	8
2.1.1.1. Pemasaran	8
2.1.1.2. Manajemen Pemasaran	10
2.1.2. Konsep Pemasaran	10
2.1.3. Pasar	13
2.1.4. Kebijakan Bauran Pemasaran	14
2.1.4.1. Produk	15

2.1.4.2. Harga	20
2.1.4.3. Saluran Distribusi	22
2.1.4.4. Promosi	27
2.2. Hipotesis	30
2.3. Metode Penelitian	31
2.3.1. Definisi Operasional	31
2.3.2. Jenis dan Sumber Data	32
2.3.3. Prosedur Penentuan Sampel	33
2.3.4. Prosedur Pengumpulan Data	34
2.3.5. Teknik Analisis	35

BAB III ANALISIS

3.1. Gambaran Umum	37
3.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	37
3.1.2. Tujuan Perusahaan	38
3.1.3. Struktur Organisasi PT. Vycaris Cosmetics	39
3.1.4. Sistem Pemesanan Barang	44
3.1.5. Kebijakan Perusahaan Dalam Usaha Melaksanakan	
Marketing Mix	44
3.1.5.1. Produk	44
3.1.5.2. Harga	47
3.1.5.3. Saluran Distribusi	48
3.1.5.4. Promosi	49

3.2. Pembahasan	50
3.2.1. Penilaian Responden Tentang Variabel Produk	50
3.2.2. Penilaian Responden Tentang Variabel Harga	52
3.2.3. Penilaian Responden Tentang Variabel Saluran Distribusi ..	54
3.2.4. Penilaian Responden Tentang Variabel Promosi	57
 BAB IV KESIMPULAN	
4.1. Kesimpulan	60
4.2. Saran	61
 DAFTAR KEPUSTAKAAN	



DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1	Volume Penjualan Shampoo Vycaris Beserta Pertumbuhannya	2
2	Tingkat Harga (Rp/dozin) dan Prosentase Kenaikkannya	3
3	Jumlah Salesman (orang) dan Prosentase Kenaikkannya	4
4	Biaya Promosi dan Prosentase Kenaikkannya	4
5	Target dan Realisasi Penjualan Pada PT. Vycaris Cosmetics	
	Tahun 1995 -1997	46
6	Tingkat Harga (Rp/Dozin) dan Prosentase Kenaikkan	47
7	Penilaian Responden Tentang Variabel Produk	50
8	Hasil T-Test Untuk Variabel Produk	51
9	Penilaian Responden Tentang Variabel Harga	52
10	Hasil T-Test Untuk Variabel Harga	53
11	Penilaian Responden Tentang Variabel Saluran Distribusi	54
12	Hasil T-Test Untuk Variabel Saluran Distribusi	56
13	Penilaian Responden Tentang Variabel Promosi	57
14	Hasil T-Test Untuk Variabel Promosi	58

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Struktur Organisaasi PT. Vycaris Cosmetics	41



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

1. Daftar Pertanyaan Tentang Produk Shampoo Vycaris
2. Daftar Pertanyaan Tentang Harga Shampoo Vycaris
3. Daftar Pertanyaan Tentang Saluran Distribusi Shampoo Vycaris
4. Daftar Pertanyaan Tentang Promosi Shampoo Vycaris
5. Harga-harga t α

