



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN  
PADA PT. CARTENZ INDONESIA CABANG JEMBER**

*(Implementation Of The Marketing Mix  
In PT. Cartenz Indonesia Jember Branch)*

**SKRIPSI**

**Oleh**

**HAFIZ LUKMAN HAKIM**

**NIM 070910202025**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2015**



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN  
PADA PT. CARTENZ INDONESIA CABANG JEMBER**

*(Implementation Of The Marketing Mix  
In PT. Cartenz Indonesia Jember Branch)*

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan menempuh salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

**Oleh**

**HAFIZ LUKMAN HAKIM**

**NIM 070910202025**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2015**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayahanda Khoirul Anam dan ibunda Jurumiah terima kasih untuk kasih sayang, do'a serta dukungannya selama ini.
2. Kedua adik saya M. Affanul Hakim dan Bintang Arifatul Latifa yang telah sabar menunggu dan selalu memotivasi saya.
3. Guru-guruku mulai taman kanak-kanak sampai perguruan tinggi, terima kasih untuk semua ilmu yang telah diberikan.
4. Almamater tercinta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang kebanggakan.

## **MOTTO**

“Sesuatu tidak akan terlaksana sampai kita melakukannya”<sup>1</sup>

“Program pemasaran akan lebih efektif bila disesuaikan dengan kebutuhan unik dari setiap kelompok pelanggan yang menjadi sasaran”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Hafiz Lukman Hakim

<sup>2</sup> Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1. Jakarta : Prenhellindo

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hafiz Lukman Hakim

NIM : 070910202025

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Implementasi Bauran Pemasaran Pada PT. Cartenz Indonesia Cabang Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 23 Desember 2014

Yang Menyatakan,

Hafiz Lukman Hakim

NIM 070910202025

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN  
PADA PT. CARTENZ INDONESIA CABANG JEMBER  
*(Implementation Of The Marketing Mix  
In PT. Cartenz Indonesia Jember Branch)***

Oleh

Hafiz Lukman Hakim

NIM 070910202025

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM.

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. I Ketut Mastika, MM.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Implementasi Bauran Pemasaran Pada PT. Cartenz Indonesia Cabang Jember” telah diuji dan disahkan pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 6 Januari 2015

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji  
Ketua,

Dr. Sasongko, M. Si  
NIP 19570407 198609 1 001

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM  
NIP 19750825 200212 1 002

Drs. I Ketut Mastika, MM  
NIP 19590507 198903 1 002

Anggota I

Anggota II

Drs. Didik Eko Julianto, M. AB  
NIP 19610722 198902 1 001

Drs. Totok Supriyanto, M. Si  
NIP 19501001 197702 1 001

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA  
NIP 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

**Implementasi Bauran Pemasaran Pada PT. Cartenz Indonesia Cabang Jember;** Hafiz Lukman Hakim; 070910202025; 2014; 73 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran pada PT. Cartenz Indonesia cabang Jember. Strategi pemasaran digunakan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dalam persaingan termasuk ada bisnis ritel. Tipe penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan metode wawancara mendalam dan tidak terstruktur serta dokumentasi, menggunakan teknik keabsahan data, teknik analisi data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan mempunyai tujuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan serta membuat citra baik ada PT. Cartenz Indonesia cabang Jember. Strategi pemasaran yang dilakukan meliputi 4P bauran pemasaran, yaitu : produk yang dijual bermacam-macam dan mengikuti mode yang sedang berkembang sehingga pelanggan dapat memilih sesuai dengan selera; harga yang ditawarkan masih terjangkau oleh masyarakat karena harga yang ditawarkan dari mulai paling murah sampai paling mahal; distribusi setiap minggu dari pabrik pusat yang berada di Solo sampai pada toko di cabang-cabang melalui sistem ekspedisi sesuai dengan jumlah barang yang dikirim; promosi yang dilakukan adalah pemasangan banner, penyebaran brosur, pemberian diskon sampai pemberian kartu *member*.



## PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan ijin-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Bauran Pemasaran Pada PT. Cartenz Indonesia Cabang Jember”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata 1 (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak ada kata yang layak untuk menghargai selain ucapan terima kasih sebesar-besarnya untuk semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Jember.
2. Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM. selaku Kepala Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya dengan sabar guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Drs. Suhartono, MP. selaku Kepala Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Drs. I Ketut Mastika, MM. selaku dosen pembimbing anggota atas waktu dan pikiran yang diluangkan untuk pembibingan skripsi ini.
5. Drs. Sutrisno, M. Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan selama menjadi mahasiswa yang aktif.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
7. Tamio Soberano, SE. selaku *supervisor store* PT. Cartenz Indonesia cabang Jember serta seluruh karyawan yang telah memberikan informasi serta memberikan data-data dalam kelengkapan penyusunan skripsi ini.

8. Semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna, demi kesempurnaan skripsi ini peneliti mengharap kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkannya.

Jember, 23 Desember 2014

Penulis

Hafiz Lukman Hakim

NIM 070910202025

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN... ..</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN. ....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>8</b>
1.5.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.5.2 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Implementasi.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Pemasaran.....</b>	<b>11</b>
<b>2.4 Bauran Pemasaran.....</b>	<b>14</b>
<b>2.5 Implementasi Bauran Pemasaran.....</b>	<b>23</b>
<b>2.6 Perilaku Konsumen.....</b>	<b>24</b>
<b>2.7 Bisnis Retail.....</b>	<b>26</b>
<b>2.8 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>27</b>
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN</b>	

<b>3.1 Tipe dan Jenis Penelitian.....</b>	<b>30</b>
<b>3.2 Tahap Persiapan.....</b>	<b>31</b>
<b>3.3 Tahap Pengumpulan Data.....</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data.....</b>	<b>35</b>
<b>3.5 Tahap Analisis Data.....</b>	<b>36</b>
<b>3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan.....</b>	<b>39</b>

#### **BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

<b>4.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>40</b>
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
4.1.4 Tugas dan Wewenang Karyawan.....	43
4.1.5 Hari dan Jam Kerja Karyawan.....	44
<b>4.2 Strategi Pengembangan.....</b>	<b>45</b>
4.2.1 Faktor Internal.....	45
4.2.2 Faktor Eksternal.....	47
<b>4.3 Formulasi Strategi.....</b>	<b>48</b>
4.3.1 Tujuan Jangka Panjang.....	50
4.3.2 Pasar Sasaran.....	50
<b>4.4 Pembahasan.....</b>	<b>51</b>
4.4.1 Implementasi Bauran Pemasaran PT. Cartenz Indonesia Cabang Jember.....	51
<b>4.5 Interpretasi.....</b>	<b>63</b>

#### **BAB 5. PENUTUP**

<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>72</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>73</b>

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Daftar cabang PT. Cartenz Indonesia .....	3
1.2 Daftar nama pesaing PT. Cartenz Indonesia cabang Jember .....	4
1.3 Pelanggan PT. Cartenz Indonesia cabang Jember .....	7
2.1 Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang.....	28
3.1 Analisis domain implementasi bauran pemasaran pada PT. Cartenz Indonesia cabang Jember .....	37
3.2 Analisis taksonomi implementasi bauran pemasaran pada PT. Cartenz Indonesia cabang Jember .....	38
4.1 Garis besar formulasi strategi implementasi bauran pemasaran perusahaan pada PT. Cartenz Indonesia cabang Jember.....	49
4.2 Harga produk PT. Cartenz Indonesia cabang Jember .....	58
4.3 Matriks analisis domain .....	67
4.4 Matriks analisis taksonomi .....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Konsep inti pemasaran .....	12
2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen .....	26
4.1 Struktur Organisasi PT. Cartenz Indonesia cabang Jember .....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Draft Wawancara
2. Surat Ijin Penelitian Lembaga
3. Surat Keterangan Penelitian Perusahaan
4. Dokumentasi Penelitian