

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMASAN TERHADAP  
PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK KERUPUK IKAN PADA  
POKLAHSAR (KELOMPOK PENGOLAH DAN PEMASAR) NUANSA  
BAHARI DI KECAMATAN LABUAN KABUPATEN PANDEGLANG**



Oleh :

**IIK SYAKHABYATIN**

NIM. 1640300047

**TESIS MAGISTER**

**Diajukan kepada Program Pascasarjana  
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Magister Ekonomi (M.E)**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

**2019/1440 H**

## ABSTRAK

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh bauran pemasaran dan kemasan terhadap tingkat penjualan serta apakah penerapan bauran pemasaran tersebut telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Objek dalam penelitian ini adalah Poklahsar (kelompok pengolah dan pemasar hasil perikanan) Nuansa Bahari Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang. Tujuan dalam penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran dan kemasan yang diterapkan Poklahsar Nuansa Bahari Labuan terhadap tingkat penjualan dan untuk mengetahui apakah penerapan bauran pemasaran tersebut telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data salah satunya kuesioner yang diberikan kepada konsumen Poklahsar Nuansa Bahari Labuan sebagai sampel penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 orang konsumen yang diambil dari rata-rata konsumen yang datang perbulannya. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder serta data diolah menggunakan *software SPSS 21*.

Metode analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t (parsial), uji f (simultan) dan determinasi ( $R^2$ ). Penelitian ini menggunakan indikator bauran pemasaran sebagai variabel independen atau variabel bebas yaitu produk (X1), harga (X2), tempat / Saluran Distribusi (X3), dan promosi (X4), dan indikator kemasan sebagai variabel independen kedua serta variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah tingkat penjualan (Y).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, secara simultan menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan perhitungan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $15,993 > 2,13$ . Berdasarkan perhitungan secara parsial diketahui bahwa produk, harga, dan tempat / saluran distribusi memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap tingkat penjualan, Selanjutnya variabel produk, harga, tempat/saluran distribusi dan promosi, bahan, logo, warna dan ukuran. dikatakan mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap tingkat penjualan yaitu sebesar 71,5% serta sisanya 29,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Poklahsar Nuansa Bahari Labuan Pandeglang telah menerapkan bauran pemasaran sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu dengan menerapkan prinsip ketauhidan, kebenaran / kejujuran, amanah dan keadilan.

