

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP
PENJUALAN REGINA BEAUTY CARE
(STUDI KASUS CV REGINA KOSMETIKA MANDIRI)**

SKRIPSI



Oleh :

YUNLINDAH SARI
NPM : 18042010123

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN REGINA
BEAUTY CARE (STUDI KASUS CV. REGINA KOSMETIKA MANDIRI)

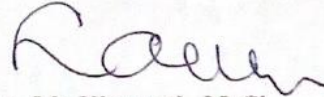
Disusun Oleh :

YUNI INDAH SARI
NPM 18042010123

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : **ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN REGINA BEAUTY CARE (STUDI KASUS CV. REGINA KOSMETIKA MANDIRI)**

Nama Mahasiswa : Yuni Indah Sari

NPM : 18042010123

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

1. Ketua



Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP. 196210161988031001

2. Sekretaris



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

3. Anggota



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui

Ketua Program Studi



Dra. Siti Ning Farida, M. Si
196406291990032001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpah rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis telah diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN REGINA BEAUTY CARE” (STUDI KASUS CV. REGINA KOSMETIKA MANDIRI)** “Proposal ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dari berbagai segi susunan kalimat maupun tata Bahasa. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk memberikan dorongan bagi penulis. Selesaiannya kegiatan hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Dra. Lia Nirwati, M.Si selaku dosen pembimbing segala perhatian dan kesabarannya rela melungkan waktunya untuk penulis. Terimakasih tak terhingga saya sampaikan.

Pada kesempatan ini penulis sampaikan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Siti Ning Farida, M.si selaku koordinat Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak ilmu selama ini.
4. Novanti Regina selaku Owner atau Pemilik Online Shop ‘RGN PRODUCT’
5. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materil dalam proses belajar secara menyeluruh.
6. Untuk sahabat saya Thata, Sabita, Vivi, Farah, dan Rahma yang telah menemani dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Seluruh teman – teman program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu menyelesaikan tugas ini

Sebelumnya penulis mohon maaf sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan kata yang kurang berkenan. Semoga Penelitian ini dapat berguna bagi orang yang membacanya.

Surabaya, Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI	6
DAFTAR TABEL	9
ABSTRAK.....	10
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Strategi Pemasaran.....	12
2.2.2. Bauran Pemasaran	14
2.2.3. Penjualan	18
2.2.4. Analisis SWOT	19
2.3. Kerangka Berfikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Lokasi Penelitian	25
3.3. Fokus Penelitian	25
3.4. Sumber Data dan Teknik Penarikan Informan	25
3.5. Teknik Pengumpulan Data	26
3.7. Analisis Data	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Hasil	38
4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
4.1.2. Penyajian Data.....	40
4.1.3. Identitas Informan.....	49
4.1.4. Analisis SWOT	49
4.1.5. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal menggunakan IFAS dan EFAS.....	51
4.2. Pembahasan	59
4.2.1. Strategi Pemasaran.....	59
4.2.2. Formlasi Strategi	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	70

DATAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Industri Kosmetik Indonesia Tahun 2010 - 2023.....	3
Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT.....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir	22
Gambar 3. 1 Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif.....	30
Gambar 4. 1 Logo RGN Beauty Care	39
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi.....	40
Gambar 4. 3 Hasil analisis diagram SWOT	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penghasilan RGN Beauty Care Pertama.....	5
Tabel 3. 1 TABEL MATRIK IFAS.....	34
Tabel 3. 2 TABEL MATRIK EFAS.....	35
Tabel 3. 3 Matrik SWOT	36
Tabel 4. 1 Tabel Informan.....	49
Tabel 4. 2 Tabel IFAS.....	51
Tabel 4. 3 Tabel EFAS	53
Tabel 4. 4 Rumusan Strategi Matrik SWOT	56
Tabel 4. 5 Rumusan Alternatif Strategi SWOT	56

ABSTRAK.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Regina Beauty Care (studi kasus CV Regina Kosmetika Mandiri). Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Penentuan informan dilakukan dengan mengambil informan kunci (*key informan*) dengan teknik *purposive* atau teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu, biasanya terkait dengan skala keterlibatan, pengetahuan, dan kewenangan seseorang dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk mengetahui dan menyusun faktor-faktor strategi online shop 'Regina Beauty Care' yaitu menggunakan analisis SWOT. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan 4P yaitu produk, harga, tempat, promosi. Dari hasil analisis IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa Regina Beauty Care skor kekuatannya sebesar 1,99 skor kelemahan sebesar 0,63 skor peluang sebesar 1,83 dan skor ancaman sebesar 0,82 dan berada pada kuadran I (satu).

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Penjualan

ABSTRACT.

The purpose of this study was to determine the analysis of the marketing mix on the purchasing decision of Regina Beauty Care (case study of CV Regina Kosmetika Mandiri). This type of research is a descriptive qualitative research. Determination of informants is done by taking key informants with purposive techniques or techniques for determining informants based on certain considerations, usually related to the scale of involvement, knowledge, and authority of a person with the object of research. In this study, the tool used to identify and compile the factors of the online shop 'Regina Beauty Care' strategy was using SWOT analysis. The results showed that the marketing strategy used was the 4Ps, namely product, price, place, promotion. From the results of the IFAS and EFAS analysis, it can be seen that Regina Beauty Care has a strength score of 1.99, a weakness score of 0.63 an opportunity score of 1.83 and a threat score of 0.82 and is in quadrant I (one).

Keywords: Marketing Mix, Sales