

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP
PENINGKATAN OMSET PENJUALAN PADA TOKO DHARMA MULIA
FROZEN FOOD GRESIK**



Diajukan Oleh:

Dyah Nurinda Ratna Sari

NIM: 2022020030

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2026

SKRIPSI
PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP
PENINGKATAN OMSET PENJUALAN PADA TOKO DHARMA MULIA
FROZEN FOOD GRESIK

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik



Diajukan Oleh :

Dyah Nurinda Ratna Sari

NIM : 2022020030

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh Harga, Promosi, dan Variasi Produk terhadap Peningkatan Omset Penjualan Pada Toko Dharma Mulia Frozen

Food Gresik

Skripsi

Diajukan Oleh:

Dyah Nurinda Ratna Sari

NIM: 2022020030

Skripsi telah disetujui untuk diujikan pada
Tanggal Juni 2026

Oleh :

Pembimbing I



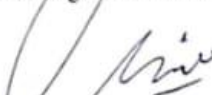
(Mochamad Syafii, S.E., M.M.)
NUPTK. 7461761662130152

Pembimbing II



(Rachmad Ilham, S.Ant, M.PSDM, IIC.)
NIUPTK. 2055770671130303

Ketua Program Studi Manajemen



(Umar Burhan, S.E., M.M.)
NUPTK. 6850758659130132

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Variasi Produk terhadap Peningkatan Omset Penjualan pada Toko Dharma Mulia Frozen Food Gresik

Nama Mahasiswa : Dyah Nurinda Ratna Sari

NIM : 2022020030

Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji

Pada Tanggal : 01 Juli 2026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK

TA 2025/2026

TIM PENGUJI:

1. **Umar Burhan, S.E., M.M**
NIDN/NUPTK: 6850758659130132
Ketua
2. **Dr. Suharto, M.M**
NIDN/NUPTK: 1254736637130043
Anggota I
3. **Mochamad Syafii, S.E., M.M**
NIDN/NUPTK: 7461761662130153
Anggota II

1.
2.
3.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., HC

NIDN/NUPTK. 2055770671130303

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dyah Nurinda Ratna Sari
NIM : 2022020030
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata 1 (S-1)
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Variasi Produk Terhadap
Peningkatan Omset Penjualan Pada Toko Dharma Mulia
Frozen Food Gresik

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah inidan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Gresik, 29 Juni 2026

Yang Menyatakan



(Dyah Nurinda Ratna Sari)
2022020030

Pengaruh Harga, Promosi, dan Variasi Produk Terhadap Peningkatan Omset Penjualan pada Toko Dharma Mulia Frozen Food Gresik

Dyah Nurinda Ratna Sari

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan variasi produk terhadap peningkatan omset penjualan di Toko Dharma Mulia Frozen Food Gresik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Dharma Mulia Frozen Food Gresik, sedangkan sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Cochran dengan teknik nonprobability sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Toko Dharma Mulia Frozen Food Gresik. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omset penjualan, promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omset penjualan, serta variasi produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omset penjualan. Secara simultan, harga, promosi, dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omset penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik harga, semakin jelas promosi, dan semakin banyak variasi produk, maka omset penjualan akan semakin meningkat. Oleh karena itu, toko perlu mengevaluasi harga, memperjelas promosi, serta memperbanyak variasi produk guna meningkatkan omset penjualan.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Variasi Produk, Peningkatan Omset Penjualan.

***The Influence of Price, Promotion, and Product Variety on
Increasing Sales Turnover at Dharma Mulia Frozen Food Store
Gresik***

Dyah Nurinda Ratna Sari

Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Gresik

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of price, promotion, and product variety on increasing sales turnover at Dharma Mulia Frozen Food Store Gresik. This study uses a quantitative method with a survey approach. The population in this study consists of customers of Dharma Mulia Frozen Food Store Gresik, while the research sample comprises 100 respondents determined using the Cochran formula with a non-probability sampling technique. Data collection was conducted by distributing questionnaires to the customers of Dharma Mulia Frozen Food Store Gresik. Data analysis techniques used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, F-test, t-test, and the coefficient of determination test (R^2) assisted by the SPSS application. The results show that price has a significant effect on increasing sales turnover, promotion has a significant effect on increasing sales turnover, and product variety has a significant effect on increasing sales turnover. Simultaneously, price, promotion, and product variety have a significant effect on increasing sales turnover. This indicates that the better the price, the clearer the promotion, and the more varied the products, the more sales turnover will increase. Therefore, the store needs to evaluate pricing, clarify promotions, and increase product variety to boost sales turnover.

Keywords: Price, Promotion, Product Variety, Sales Turnover Increase.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala hormat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judulnya yaitu “Pengaruh Harga, Promosi, dan Variasi Produk terhadap Peningkatan Omset Penjualan pada Toko Dharma Mulia Frozen Food Gresik” dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti secara mendalam bagaimana variabel-variabel bauran pemasaran dapat memberi pengaruh terhadap peningkatan omset penjualan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik berupa bimbingan, dukungan motivasi, maupun doa. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP.CHRMP selaku Rektor Universitas Gresik.
2. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., HC selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
4. Bapak Mochamad Syafii, S.E., M.M dan Bapak Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., HC. selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah berkenan

meluangkan waktu dan penuh kesabaran memberikan saran, pengarahan yang sangat bermanfaat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta para staf karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan ilmu dan kontribusi dalam penyelesaian studi peneliti, serta dukungan dalam administrasi akademik.
6. Pimpinan dan seluruh karyawan toko Dharma Mulia Frozen Food Gresik yang telah memberikan izin bantuan dalam penelitian ini.
7. Orang tua saya tercinta dan adik laki-laki saya Damara Arafael A.P. Terima kasih atas segala doa,dukungan, bantuan, dan kasih sayangnya.
8. Sahabat saya Serli, Syarif, Oki, Ihza, Fadli, Ghiffari, Bagus dan teman-teman Angkatan 2022, terimakasih atas kebersamaan, perjuangan, serta suka duka dalam perkuliahan selama 4 tahun di Universitas Gresik.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dan memberikan informasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang Manajemen Pemasaran, serta bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan Rahmat dan keberkahan kepada kita semua. Aamiin.

Gresik, 14 Juli 2026

Dyah Nurinda Ratna Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Manajemen Pemasaran	9
2.1.2. Strategi Pemasaran	9
2.1.3. Jenis Pemasaran Offline dan Online	11
2.1.4. Marketing Mix	11
2.1.5. Harga	13
2.1.6. Promosi	16
2.1.7. Variasi Produk	19
2.1.8. Peningkatan Omset Penjualan	20
2.1.9. Hubungan Variabel Harga terhadap Peningkatan Omset Penjualan	22
2.1.10. Hubungan Variabel Promosi terhadap Peningkatan Omset Penjualan	23

2.1.11.	Hubungan Variabel Variasi Produk terhadap Peningkatan Omset Penjualan	23
2.2.	Penelitian Terdahulu	24
2.3.	Hipotesis	36
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
3.2.	Definisi Operasional Variabel.....	37
3.3.	Indikator Variabel Penelitian	39
3.4.	Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1.	Populasi.....	40
3.4.2.	Sampel.....	41
3.4.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.5.	Metode Pengumpulan Data	43
3.5.1.	Data Primer	43
3.5.2.	Data Sekunder	44
3.6.	Metode Analisis Data	45
3.6.1.	Statistik Deskriptif.....	45
3.6.2.	Interval	46
3.6.3.	Uji Instrumen	48
3.6.4.	Uji Asumsi Klasik	49
3.6.5.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.6.6.	Uji Hipotesis	56
3.6.7.	Uji Koefisien Determinasi	60
BAB IV	HASIL PENELITIAN	61
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	61
4.1.1.	Visi dan Misi Perusahaan.....	62
4.2.	Waktu Penelitian.....	63
4.3.	Hasil Penelitian.....	64
4.3.1.	Statistik Deskriptif	64
4.3.2.	Interval	66
4.3.3.	Uji Instrumen	74
4.3.4.	Uji Asumsi Klasik	78
4.3.5.	Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.3.6.	Uji Hipotesis	85

4.3.7.	Uji Koefisien Determinasi	88
4.4.	Pembahasan	89
4.4.1.	Pengaruh Harga terhadap Peningkatan Omset Penjualan	89
4.4.2.	Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Omset Penjualan.....	90
4.4.3.	Pengaruh Variasi Produk terhadap Peningkatan Omset Penjualan.....	92
4.4.4.	Pengaruh Harga, Promosi, dan Variasi Produk terhadap Peningkatan Omset Penjualan.....	93
BAB V PENUTUP		95
5.1.	Kesimpulan.....	95
5.2.	Implikasi Penelitian	95
5.2.1.	Teoritis	95
5.2.2.	Praktis	96
5.3.	Keterbatasan Penelitian	97
5.4.	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....		99
LAMPIRAN.....		103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Indikator Variabel Penelitian	39
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Data Harga, Promosi, dan Variasi Produk	47
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	65
Tabel 4. 2 Usia Responden	65
Tabel 4. 3 Skala Likert	67
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Harga	68
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Promosi	69
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Variasi Produk	71
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Omset Penjualan	72
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	75
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk	76
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Omset Penjualan	77
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linieritas Variabel Harga	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linieritas Variabel Promosi	83
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linieritas Variabel Variasi Produk	83
Tabel 4. 19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	86
Tabel 4. 21 Hasil Uji t Variabel Harga	87
Tabel 4. 22 Hasil Uji t Variabel Promosi	87
Tabel 4. 23 Hasil Uji t Variabel Variasi Produk	88
Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 3. 1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F.....	58
Gambar 3. 2 Distribusi Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji.....	59
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80