

**PENGARUH PROMOSI, STRATEGI PEMASARAN, DAN KINERJA  
PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN BARBERSHOP DI KOTA  
KEFAMENANU**

**“(Studi Kasus : 30 Barber Shop Yang Berada Di Kota Kefamenanu)”**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**ADRIANUS X. NENIS**

**41170057**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR  
KEFAMENANU**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PENGARUH PROMOSI, STRATEGI PEMASARAN, DAN KINERJA**  
**PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN BARBERSHOP DI KOTA**  
**KEFAMENANU**

**“(Studi Kasus : 30 Barber Shop Yang Berada Di Kota Kefamenanu)”**

**Diajukan Oleh :**

**Nama : ADRIANUS X. NENIS**

**NPM : 41170057**

**Telah Disetujui Oleh :**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke ujian skripsi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Maximus L. Taolin, SE.,MSc**

**Sirilius Nafanu, SE.,MM**

**NIP. 19720302 200501 1 001**

**NIP. 19621231 200305 1 001**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Manajemen**

**Elfrida D. Naihati, SE.,MM**

**Nip. 19880523 200504 2 002**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH PROMOSI, STRATEGI PEMASARAN, DAN KINERJA**  
**PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN BARBERSHOP DI KOTA**  
**KEFAMENANU**

**“(Studi Kasus : 30 Barber Shop Yang Berada Di Kota Kefamenanu)”**

Skripsi ini telah dipertahankan dalam sidang skripsi yang dilaksanakan pada :

Hari : Jumat  
Tanggal : 26 November 2021  
Jam : 14.30 – 16.00  
Tempat : Aula FEB  
Saudara Adrianus X. Nenis NPM : 41170057  
Dinyatakan LULUS dengan nilai : B  
Predikat kelulusan : Memuaskan

**Tim Penguji**

**Penguji I**

**Dominikus K. Duli, SE.,MM**  
**NIP. 19591027 201305 1 001**

**Penguji II**

**Dr. Maximus L. Taolin, SE.,MSc**  
**NIP. 19720302 200501 1 001**

**Penguji III**

**Sirilius Nafanu, SE.,MM**  
**NIP. 19621231 200305 1 001**

**Mengetahui**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Dr. Kamilaus Konstace Oki, SE.,ME**  
**NIP. 19690925 200501 1 001**

## PERNYATAAN

### ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam skripsi dengan judul : **“PENGARUH PROMOSI, STRATEGI PEMASARAN, DAN KINERJA PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN BARBERSHOP DI KOTA KEFAMENANU (Studi Kasus : 30 Barber Shop Yang Berada Di Kota Kefamenanu)”**. Tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diikuti dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh yaitu Serjana Ekonomi (SE) di batalkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 22 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Kefamenanu, Oktober 2021

(Adrianus X. Nenis)

## **MOTTO**

**Orang Yang Mampu Belajar Dari Kesalahan  
Adalah Orang Yang Berani Untuk Sukses**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria penyelenggara hidup dan tumpuan harapan yang selalu mendengar semua curahan hati, penyertaan, kasih dan kemurahan-Nya.
2. Kedua orang tua tercinta: Bapak Lambertus Nenis dan mama Joana De Jesus, S.Pd (Alm) yang selalu memberikan dukungan, cinta dan kasih sayang baik doa maupun materi.
3. Kakak Violante De Jesus yang selalu mendukung penulis.
4. Kakak Aldy Balle, Kakak Arin Karina, Sandra Taus, Adik Nalde Taus dan Adik Vikryanto yang selalu mendukung penulis.
5. Sahabat dekat saya : Via Banusu, Ista Metan, Densy Borges, Adin Naben, Fhyta Kolo, Melan Berek, Hendro Kosat, Riki Sengkoen, Dion Nahak, Rius Manek, Yos Anin, Landi Uskono, Apri Eni, Ardi Tefi yang selalu mendukung penulis.
6. Semua teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2017.
8. Almamater tercinta Universitas Timor.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa (TYME) yang telah melimpahkan rahmat-Nya serta kekuatan lahir dan batin kepada penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, Strategi Pemasaran Dan Kinerja Pemasaran Terhadap Pendapatan Barbershop Di Kota Kefamenanu (Studi Kasus : 30 Barbershop Yang Berada Di Kota Kefamenanu)”**Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa penulisan Skripsi ini tidak mungkin baik tanpa bantuan, dorongan dan dukungan dari berbagai pihak. untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.Maximus L. Taolin, SE.,MSc, selaku dosen pembimbing I yang membimbing dan mengorbankan waktu serta memberikan motivasi kepada penulis saat menyusun skripsi ini.
2. Sirilius Nafanu, SE.,MM, selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Kamilaus Konstance Oki, SE.,ME, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Elfrida D. Naihati, SE.,MM, sebagai Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak/Ibu Dosen Dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan, membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

6. 30 Perusahaan Barberbershop di Kota Kefamenanu yang memberikan izin dan waktu kepada penulis dalam mengumpulkan data guna penyelesaian skripsi ini.
7. Teman – teman seperjuangan angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu member motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Berhubung dengan Skripsi yang masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang membangun demi perkembangan selanjutnya.

Kefamenanu, Oktober 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran.....	11
2.2 Barbershop .....	12
2.3 Telaah Teori Tentang Variabel Penelitian.....	13
2.3.1 Promosi.....	13
2.3.2 Strategi Pemasaran .....	16

2.3.3 Kinerja Pemasaran.....	19
2.3.4 Konsep Pendapatan .....	20
2.4 Hubungan Teoritis Antar Variabel Dan Perumusan Hipotesis .....	22
2.4.1 Hubungan Antara Promosi ( $X_1$ ) Terhadap Pendapatan (Y) Barbershop .....	22
2.4.2 Hubungan Antara Strategi Pemasaran ( $X_2$ ) Terhadap Pendapatan (Y) Barbershop .....	24
2.4.3 Hubungan Antara Kinerja Pemasaran ( $X_3$ ) Terhadap Pendapatan (Y) Barbershop .....	26
2.4.4 Hubungan Antara Promosi ( $X_1$ ), Strategi Pemasaran ( $X_2$ ), Kinerja Pemasaran ( $X_3$ ) Terhadap Pendapatan (Y) Barbershop....	28
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	29
2.6 Defenisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	32

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	34
3.2 Populasi dan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi .....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Data Penelitian dan Sumber Data .....	35
3.3.1 Jenis Data .....	35
3.3.2 Sumber Data .....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Variabel Penelitian .....	36
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	37
3.6.1 Uji Validitas .....	37
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.1 Uji Normalitas.....	40

3.7.2 Uji Multikolinearitas .....	41
3.7.3 Uji Autokorelasi .....	41
3.7.4 Uji Heteroskedastis .....	41
3.7.5 Uji Linearitas .....	42
3.8 Teknik Analisis Data .....	42
3.8.1 Analisis Regresi .....	43
3.8.2 Teknik Pengujian Hipotesis .....	46
3.8.3 Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	48

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Barbershop .....	49
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	50
4.2.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	50
4.2.2 Kriteria Responden Menurut Umur .....	51
4.3 Analisis Deskriptif .....	52
4.3.1 Promosi (X1) .....	52
4.3.2 Strategi Pemasaran (X2) .....	54
4.3.3 Kinerja Pemasaran (X3) .....	56
4.3.4 Pendapatn .....	58
4.4 Hasil Uji Instrumen .....	59
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	60
4.4.2 Hasil Uji Realibilitas .....	61
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	62
4.5.1 Hasil Uji Normalitas .....	62
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastis .....	65
4.5.4 Hasil Uji Autokorelasi .....	66
4.5.5 Hasil Uji Linearitas .....	67
4.6 Analisis Inferensial .....	69

4.6.1 Analisis Regresi Sederhana.....	69
4.6.1.1 Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Pendapatan (Y).....	69
4.6.1.2 Pengaruh Strategi Pemasaran (X2) Terhadap Pendapatan (Y) ...	72
4.6.1.3 Pengaruh Kinerja Pemasaran (X3) Terhadap Pendapatan (Y)...	75
4.6.2 Analisis Regresi Berganda.....	77
4.7 Pembahasan.....	80
4.7.1 Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Pendapatan (Y) .....	80
4.7.2 Pengaruh Strategi Pemasaran (X2) Terhadap Pendapatan (Y) .....	82
4.7.3 Pengaruh Kinerja Pemasaran (X3) Terhadap Pendapatan (Y) .....	84
4.7.4 Pengaruh Promosi (X1), Strategi Pemasaran (X2), Kinerja Pemasaran (X3) Terhadap Pendapatan (Y) .....	86

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran.....	89

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pendapatan Barber Shop .....	6
Tabel 1.2 Daftar Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 4.1 Kriteria Responden Menurut Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Kriteria Responden Menurut Umur .....	51
Tabel 4.3 Kriterion Jawaban Responden Variabel Promosi (X1).....	52
Tabel 4.4 Kriteria Jawaban Responden Variabel Strategi Pemasaran (X2).....	54
Tabel 4.5 Kriteria Jawaban Responden Variabel Kinerja Pemasaran (X3).....	56
Tabel 4.6 Kriteria Jawaban Responden Variabel Pendapatan (Y).....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibitas Keseluruhan Hubungan Setiap Variabel .....	62
Tabel 4.10 One Sample Kolmogorof-Smirnof.....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi .....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas .....	67

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin .....	50
Grafik 4.2 Jumlah Responden Menurut Umur .....	51
Grafik 4.3 Kriteria Jawaban Responden Variabel Promosi (X1).....	53
Grafik 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Strategi Pemasaran (X2)..	55
Grafik 4.5 Kriteria Jawaban Responden Variabel Kinerja Pemasaran (X3).....	57
Grafik 4.6 Kriteria Jawaban Responden Variabel Pendapatan (Y).....	58
Grafik 4.7 Scatterplot .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir.....	30
--------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 4 Surat Selesai Penelitian

Lampiran 5 Hasil Output Spss



## ABSTRAK

**Nama peneliti : Adrianus X. Nenis (41170057)** Pembimbing I Bapak Dr. Maximus L. Taolin, SE., MSc, Pembimbing II Bapak Sirilius Nafanu, SE., MM. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, strategi pemasaran, dan kinerja pemasaran terhadap pendapatan BarberShop yang berada di Kota Kefamenanu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan atas perhitungan yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dan hasilnya. Variabel bebas (independent) dalam penelitian ini adalah promosi, Strategi pemasaran, dan kinerja pemasaran serta variabel terikat (dependent) adalah pendapatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, penyebaran kuesioner dan studi pustaka. Subjek penelitian ini adalah 30 BarberShop yang berada di Kota Kefamenanu dan sampel yang diteliti sebanyak 30 perusahaan BarberShop.

Teknik analisis menggunakan model regresi sederhana dan regresi berganda yaitu variabel promosi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap pendapatan. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,00 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $00 < 0,05$ ), dan nilai koefisien determinan sebesar 0,362. Besarnya sumbangan variabel  $X_1$  terhadap Y sebesar 36,2% sedangkan sisanya sebesar 63,2% di pengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Maka kesimpulannya variabel  $X_1$  (promosi) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Strategi pemasaran ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap pendapatan. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,00 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $00 < 0,05$ ), dan nilai koefisien determinan sebesar 0,397. Besarnya sumbangan variabel  $X_2$  terhadap Y sebesar 39,7% sedangkan sisanya sebesar 60,3% di pengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Maka kesimpulannya variabel  $X_2$  (strategi pemasaran) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Kinerja Pemasaran ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap pendapatan. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,00 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $00 < 0,05$ ), dan nilai koefisien determinan sebesar 0,244. Besarnya sumbangan variabel  $X_3$  terhadap Y sebesar 24,4% sedangkan sisanya sebesar 75,6% di pengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Maka kesimpulannya variabel  $X_3$  (kinerja pemasaran) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Variabel promosi ( $X_1$ ), strategi pemasaran ( $X_2$ ), kinerja pemasaran ( $X_3$ ) secara sama-sama atau simultan berpengaruh pendapatan. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis uji F peroleh nilai signifikans sebesar  $(0,000) < (0,05)$ , dan besarnya nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,532. Besarnya sumbangan variabel promosi ( $X_1$ ), variabel strategi pemasaran ( $X_2$ ), dan variabel kinerja pemasaran ( $X_3$ ) secara bersama-sama 53,2% sisanya 46,8% di pengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Maka kesimpulannya variabel promosi ( $X_1$ ), variabel strategi pemasaran ( $X_2$ ), dan variabel kinerja pemasaran ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

**Kata Kunci : Promosi ( $X_1$ ), Strategi Pemasaran ( $X_2$ ), Kinerja Pemasaran ( $X_3$ ) dan pendapatan ( $Y$ )**