

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA RAMAYANA PTC
PULOGADUNG JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

**INDAH PRATIWI
2114000078**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA RAMAYANA PTC
PULOGADUNG JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

**INDAH PRATIWI
2114000078**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RAMAYANA PTC PULOGADUNG JAKARTA TIMUR

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menajadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan dilingkungan STEI dan Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian dari sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikat ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 03 September 2019



INDAH PRATIWI

NPM 2114000078

PERSETUJUAN PEMBIMBING

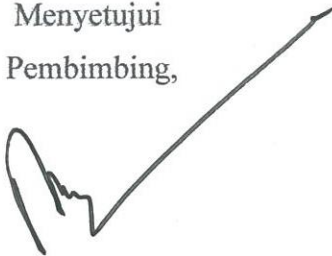
Skripsi dengan judul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RAMAYANA PTC PULOGADUNG JAKARTA TIMUR

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan H. Agustian Burdah, BS.BA-, MBA. dan diketahui oleh kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 16 September 2019

Menyetujui
Pembimbing,



H. Agustian Burdah, BS.BA-, MBA.

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, MSc





HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA RAMAYANA PTC PULOGADUNG JAKARTA
TIMUR**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 16 September 2019 dengan nilai A-

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Drs. Sumitro, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : H. Agustian Burdah, BS.BA-, MBA
(Pembimbing)
3.  : Drs. Budiono, M.Sc (Penguji 1)
4.  : Drs. Krishna Kamil, Ak., MBA (Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Asslamualaikum Wr,Wb

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak, sehingga kendala yang dihadapi penulis dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak rasa terima kasih yang sedalam – dalamnya kepada :

1. Bapak H. Agustian Burdah, BS.BA-, MBA selaku dosen pembimbing, atas waktu, tenaga, dan pikiran serta kesabaran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen Penguji yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga atas kritik dan saran selama proses sidang skripsi.
3. Bapak H. Agustian Burdah, BS.BA-, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ).
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE).
5. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE).
6. Segenap Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi.
7. Bapak, Mama, Nenek, Adik, dan Keluarga Besar yang tidak pernah putus dalam memberikan doa dan semangat serta nasihat- nasihat yang diberikan untuk penulis.
8. Bapak Suyanto, S.Pd selaku SPV Ramayana PTC Pulogadung, Jakarta Timur yang telah membantu penulis untuk memperoleh data dalam melakukan riset sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Nurullah Ekasandi, terima kasih atas segala waktunya, selalu memberikan semangat, selalu siap menemani dalam berdiskusi dan berbagi pemikiran, serta memberikan nasihat dan doanya.
10. Teman terbaik (Tami Dkk, Nia dan Sifa), terima kasih telah bersedia berbagi canda dan tawa serta dukungan selama diperkuliahkan.

11. Terima kasih untuk Irena Putri yang selalu setia menemani penulis dalam mencari data dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih untuk Cherent G. Rusmala, Bang Bayu, Dewi (Dede) dan Robby Agesti yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh teman satu angkatan 2014 STIE Manajemen, yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih atas segala doa, dukungan, dan kerjasama belajar selama perkuliahan, serta memberikan semangatnya kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 03 September 2019

Indah Pratiwi

2114000078

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indah Pratiwi
NPM : 2114000078
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi membangun ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non- exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RAMAYANA PTC PULOGADUNG JAKARTA TIMUR.

beserta perangkat yang ada. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :

Pada tanggal :

Yang menyatakan,

Indah Pratiwi

Indah Pratiwi

NPK 2114000078

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:

H. Agustian Burdah, BS.BA-, MBA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA RAMAYANA PTC PULOGADUNG JAKARTA TIMUR**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan pada Ramayana PTC Pulogadung Jakarta Timur. Strategi penelitian adalah strategi asosiatif. Tehnik pengambilan sampel menggunakan *sampling purposive*. Populasi di dalam penelitian adalah keseluruhan pelanggan Ramayana PTC Pulogadung. Responden sebanyak 100 pelanggan. Metode analisis menggunakan analisis Koefisien Determinasi parsial dan berganda, serta uji hipotesis dengan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 25,0.

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi, hasil menunjukkan bahwa koefisien korelasi parsial Produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar -0,088, dengan nilai koefisien determinasi parsial (KDP) sebesar 0,7744%. Koefisien korelasi parsial Harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar sebesar 0,216 dengan nilai KDP sebesar 4,665%. Koefisien korelasi parsial Saluran Distribusi adalah sebesar -0,059 dengan nilai KDP sebesar 0,3481%. Koefisien korelasi parsial Promosi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,467 dengan nilai KDP sebesar 21,8089%. Koefisien korelasi berganda, bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,516 dengan nilai Koefisien Determinasi Berganda sebesar 26,6256%. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial, Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *significance t* 0,391>0,05. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *significance t* 0,033<0,05. Saluran Distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *significance t* 0,564>0,05. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,000<0,05. Dan hasil uji hipotesis secara simultan, bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *significance F* adalah sebesar 0,000<0,05.

Kata kunci: Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi, dan Kepuasan Pelanggan

Indah Pratiwi

Advisor:

NPK 2114000078

H. Agustian Burdah, BS.BA-, MBA

Program Studi S-1 Manajemen

**THE EFFECT OF MARKETING MIX ON CUSTOMER SATISFACTION IN
RAMAYANA PTC PULOGADUNG EAST JAKARTA**

ABSTRACT

The Purpose of this research is to determine in influence of marketing mix to customer satisfaction in Ramayana PTC Pulogadung East Jakarta. Researcher used associative strategy. The sampling in this research used purposive sampling technique. Customer of Ramayana PTC Pulogadung use as population and the data sample are 100 respondents. This research uses a correlation coefficient and determination coefficient, and hipotesis testing by IBM SPSS 25,0.

Based on the results corelation coefficient, this result show corelation coefficient partial Product to customer satisfaction, about -0,088 with coefficient determination partial (KDP) 0,7744%. Corelation coefficient partial Price to customer satisfaction about 0,216 with (KDP) 4,665%. Corelation coefficient partial Place to customer satisfaction about -0,059, with (KDP) 0,3481%. Corelation coefficient partial Promotion to customer satisfaction about 0,467, with (KDP) 21,8089%. Corelation coefficient simultaneous marketing mix to customer satisfaction about 0,516, with coefficient of multiple determination 26,6256%. Based on the result partial hipotesis testing, product hasn't a significant effect to customer satisfaction with significant $t 0,391 > 0,05$. Price has a significant effect to customer satisfaction with significant $t 0,033 < 0,05$. Place hasn't a significant effect to customer satisfaction with significant $t 0,564 > 0,05$. Promotion has a significant effect to customer satisfaction with significant $t 0,000 < 0,05$. And based on the result simultaneous hipotesis testing, marketing mix has a significant effect to customer satisfaction with significant $F 0,000 < 0,05$.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion and Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL	1
SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1. Review Hasil - Hasil Penelitian Terdahulu	17
2.2. Landasan Teori	25
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	25
2.2.2. Manajemen Pemasaran	27
2.2.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	29
2.2.4. Pengertian Konsep Produk (<i>Product</i>).....	30

2.2.5. Pengertian Konsep Harga (<i>Price</i>).....	34
2.2.6. Pengertian Konsep Saluran Distribusi (<i>Place</i>)	39
2.2.7. Pengertian Konsep Promosi (<i>Promotion</i>).....	43
2.2.8. Pengertian Kepuasan	48
2.2.9. Pengertian Pelanggan.....	48
2.2.10. Pengertian Kepuasan Pelanggan	49
2.3 Hubungan Antar Variabel	55
2.3.1. Pengaruh Produk (<i>Product</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
2.3.2. Pengaruh Harga (<i>Price</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan	56
2.3.3. Pengaruh Saluran Distribusi (<i>Place</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	57
2.3.4. Pengaruh Promosi (<i>Promotion</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
2.3.5. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
2.4. Pengembangan Hipotesis	60
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	61
2.5.1 Identifikasi Variabel – Variabel Penelitian	61
2.5.2. Uraian Konseptual Tentang Variabel Penelitian.....	61
BAB III PROSEDUR PENELITIAN	64
3.1. Strategi Penelitian.....	64
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	64
3.2.1. Populasi Penelitian	65
3.2.2. Sampel Penelitian.....	65
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	66
3.3.1. Jenis Data Penelitian.....	66
3.3.2. Metode Pengumpulan Data	66
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	67
3.4.1. Uji Instrumen Data	67
3.5. Metoda Analisis Data	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78

4.1.	Objek Penelitian	78
4.1.1.	Sejarah Singkat PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk.....	78
4.1.2.	Visi dan Misi PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk	82
4.2.	Deskripsi Pelanggan (<i>Responden</i>).....	82
4.3.	Deskripsi Data	84
4.4.	Hasil Pengujian Instrumen.	86
4.4.1.	Uji Validitas.....	86
4.4.2.	Uji Reliabilitas.....	90
4.5.	Analisis Statistik Data	91
4.5.1.	Analisis Koefisien Determinasi Parsial	91
4.5.2.	Analisis Koefisien Determinasi Berganda	93
4.5.3.	Pengujian Hipotesis	94
4.6.	Temuan Hasil Penelitian	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		103
5.1.	Kesimpulan.....	103
5.2.	Saran	104
5.3.	Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	105
DAFTAR REFERENSI		107
LAMPIRAN - LAMPIRAN		111

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Nilai Pernyataan dan Bobot Skala <i>Likert</i>	69
Tabel 3.2. Variabel, Indikator, dan Sub Indikator	70
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Jenis Kelamin	82
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Jenis Pekerjaan	83
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Jumlah Berbelanja	83
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Produk	87
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Harga	88
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Distribusi	88
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Promosi.....	89
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	89
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Manfaat Kepuasan Pelanggan	54
Gambar 2.2. Hubungan Bauran Pemasaran dengan kualitas produk	56
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	61
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran	63
Gambar 4.1. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Produk	84
Gambar 4.2. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Harga	85
Gambar 4.3. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Saluran Distribusi	85
Gambar 4.4. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Promosi	86
Gambar 4.5. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Kepuasan Pelanggan	86

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Produk.....	117
Lampiran 3. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Harga.....	120
Lampiran 4. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Saluran Distribusi	123
Lampiran 5. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Promosi.....	126
Lampiran 6. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Kepuasan Pelanggan.....	129
Lampiran 7. Deskripsi Data Responden.....	132
Lampiran 8. Tabel Uji Validitas Produk	135
Lampiran 9. Tabel Uji Validitas Harga.....	137
Lampiran 10. Tabel Uji Validitas Saluran Distribusi	138
Lampiran 11. Tabel Uji Validitas Promosi	140
Lampiran 12. Tabel Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	141
Lampiran 13. Tabel Uji Reliabilitas Produk	142
Lampiran 14. Tabel Uji Reliabilitas Harga	143
Lampiran 15. Tabel Uji Reliabilitas Saluran Distribusi	144
Lampiran 16. Tabel Uji Reliabilitas Promosi	145
Lampiran 17. Tabel Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	146
Lampiran 18. Tabel Analisis Koefisien Determinasi Parsial	147
Lampiran 19. Tabel Koefisien Determinasi Berganda.....	149
Lampiran 20. Tabel Uji T dan Uji F	150
Lampiran 21. Surat Keterangan Riset	151
Lampiran 22. Struktur Organisasi Ramayana PTC Pulogadung	152
Lampiran 23. Gambaran Ramayana PTC Lantai 1	153
Lampiran 24. Gambaran Ramayana PTC Lantai 2	154
Lampiran 25. Gambaran Ramayana PTC Lantai 3	155
Lampiran 26. Ramayana di Aplikasi <i>Online Shop</i>	156
Lampiran 27. Daftar Riwayat Hidup Penulis	157