

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. IDS MEDICAL  
SYSTEMS INDONESIA**  
**(Studi Kasus Pada Konsumen Pembelian Bahan Gigi)**

**SKRIPSI**

**MENTARI FILIANI ASRI  
2114000046**



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

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

**2019**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. IDS MEDICAL  
SYSTEMS INDONESIA**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Pembelian Bahan Gigi)**

**SKRIPSI**

**MENTARI FILIANI ASRI  
2114000046**



**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 PT. IDS MEDICAL SYSTEMS INDONESIA (Studi Kasus Pada Konsumen Pembelian Bahan Gigi)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi 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 di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 21 Maret 2019



**MENTARI FILIANI ASRI**  
**NPM 2114000046**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT. IDS MEDICAL SYSTEMS INDONESIA  
(Studi Kasus Pada Konsumen Pembelian Bahan Gigi)**

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 Ruland Willy Jack Sumampouw., SE., M.Si dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

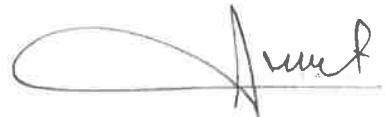
Jakarta, 21 Maret 2019

Pembimbing,



Ruland Willy Jack Sumampouw., SE., M.Si

Kepala Prodi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

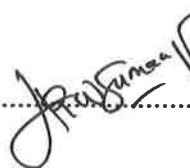
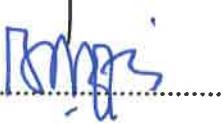
## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT. IDS MEDICAL SYSTEMS INDONESIA  
(Studi Kasus Pada Konsumen Pembelian Bahan Gigi)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 21 Maret 2019 dengan nilai A.

**Panitia Ujian Skripsi**

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc  
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)
3.  ; Ruland Willy Jack Sumampouw, SE, M.Si  
(Pembimbing)
4.  ; Drs. Budiono, M.Sc  
(Anggota Penguji 1)
5.  ; Dr. Ir. Diah Pranitasari, MM  
(Anggota Penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjangkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Rulland Willy Jack S.,SE.,M.Si, selaku Dosen yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran dan selalu sabar dalam mengarahkan serta membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Budiono, M.Sc dan ibu Dr. Ir. Diah Pranitasari, MM selaku Dosen Pengaji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atau saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Pihak PT. IDS Medical Systems Indonesia yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
6. Untuk bu Lita Susana supervisor baik hati yang selalu memberikan izinnya kepada saya untuk bimbingan ke kampus.
7. Kedua orang tua yang tak pernah putus memberikan doa, karena ini untuk ibu yang selalu mendukung dan ayah yang selalu antar jemput selama masa proses perkuliahan. Tidak lupa kepada adik saya Surya Aditya dan juga

Mutiara Filianti Astri dan Mersanda Zalianti Asifa yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang membangkitkan saya untuk terus berjuang.

8. Untuk sahabatku yang selalu menemani dalam situasi apapun Siti Khoirulnissa dan juga Dina Purwa Sefia Ningrum dan Wahyu Oktaviandri yang telah menemani dari semester satu sampai saat ini terima kasih untuk dukungan, saran, dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman kelas 4A Manajemen atas kekompakannya yang hingga sampai semester akhir selalu bersama.
10. Seluruh teman-teman STEI program strata-1 Manajemen angkatan 2014 terimakasih untuk momen kebersamaan terbaik selama di STEI.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 21 Maret 2019



**MENTARI FILIANI ASRI**  
**NPM 2114000046**

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Mentari Filiani Asri
NPM	: 2114000046
Program Studi	: S-1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan 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 PT. IDS MEDICAL SYSTEMS INDONESIA (Studi Kasus Pada Konsumen Pembelian Bahan Gigi)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). 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 : Jakarta  
Pada Tanggal : 21 Maret 2019

Yang menyatakan,



Mentari Filiani Asri

Mentari Filiani Asri	Dosen Pembimbing:
NPK: 2114000046	Ruland Willy Jack S, SE., M.Si.
Program Studi S-1 Manajemen	

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT. IDS MEDICAL SYSTEMS INDONESIA  
(Studi Kasus Pada Konsumen Pembelian Bahan Gigi)**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. IDS Medical Systems Indonesia

Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian yaitu pelanggan aktif konsumen bahan gigi PT. IDS Medical Systems Indonesia dengan jumlah sampel 87 responden, menggunakan teknik *probability sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan koefisien determinasi. Metode pengolahan data menggunakan *software SPSS versi 22.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian variabel harga ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian Variabel Lokasi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya promosi ( $X_4$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kepuasan  
Pelanggan.**

Mentari Filiani Asri  
ID Number 2114000046  
Bachelor Program S-1 Manajemen

Under the Guidance of:  
Ruland Willy Jack S, SE., M.Si.

**THE EFFECT OF MARKETING MIXES ON SATISFACTION  
CUSTOMER IN. IDS MEDICAL SYSTEMS INDONESIA  
(Case Study on Consumers Purchasing Dental Materials)**

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the effect of product, price, location and promotion on customer satisfaction at PT. IDS Medical Systems Indonesia

This study uses primary data by distributing questionnaires. The population in the study is the active customers of consumers of dental materials PT. IDS Medical Systems Indonesia with a sample of 87 respondents, using probability sampling techniques. Analysis of this research data using the coefficient of determination. Data processing method using SPSS version 22.0 software.

The results of this study indicate that product variables ( $X_1$ ) have a positive and significant effect on customer satisfaction. Then the price variable ( $X_2$ ) does not have a significant effect on customer satisfaction. Then Location Variables ( $X_3$ ) have no significant effect on customer satisfaction. Furthermore promotion ( $X_4$ ) has a positive and significant effect on customer satisfaction.

**Keywords:** Product, Price, Location, Promotion and Customer Satisfaction.

# DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv

## BAB I PENDAHULUAN ..... 1

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	6

## BAB II KAJIAN PUSTAKA ..... 6

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran .....	12
2.2.1.1. Konsep Pemasaran .....	12
2.2.2. Pengertian Bauran Pemasaran .....	15
2.2.3. Produk .....	16
2.2.3.1. Pengertian Produk .....	16
2.2.3.2. Atribut Produk.....	17
2.2.3.3. Tingkatan Produk .....	18
2.2.3.4. Klasifikasi Produk .....	18
2.2.3.5. Kualitas Produk .....	20
2.2.3.6. Dimensi dan Indikator Produk .....	22
2.2.4. Harga .....	22
2.2.4.1. Pengertian Harga .....	23

	Halaman
2.2.4.2. Penetapan Harga.....	24
2.2.4.3. Tujuan Penetapan Harga .....	25
2.2.4.4. Klasifikasi Harga.....	26
2.2.4.5. Strategi Penyesuaian Harga.....	26
2.2.4.5. Indikator-Indikator Harga .....	27
2.2.5. Lokasi .....	27
2.2.5.1. Pengertian Lokasi.....	28
2.2.5.2. Tipe Lokasi.....	28
2.2.5.3. Memilih Tempat atau Lokasi Fisik .....	29
2.2.5.4. Indikator-Indikator Lokasi .....	29
2.2.6. Promosi.....	30
2.2.6.1. Pengertian Promosi .....	30
2.2.6.2. Tujuan Promosi .....	31
2.2.6.3. Jenis-Jenis Promosi .....	32
2.2.6.4. Indikator-Indikator Promosi .....	33
2.2.7. Kepuasan Konsumen.....	34
2.2.7.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	35
2.2.7.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	35
2.2.7.3. Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen.....	36
2.2.7.4. Indikator-Indikator Kepuasan Konsumen .....	37
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	37
2.3.1. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	37
2.3.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	37
2.3.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	38
2.3.4. Pengaruh PromosiTerhadap Kepuasan Pelanggan .....	38
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	38
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	39

### **BAB III METODA PENELITIAN .....41**

3.1. Strategi Penelitian .....	41
3.2. Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1. Populasi penelitian .....	41
3.2.2. Sampel penelitian .....	41
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	42
3.3.1. Metoda Pengumpulan Data .....	43
3.4. Metoda Analisis Data .....	45
3.4.1. Uji Validitas Dan Reabilitas.....	46
3.4.2. Metoda Pengolahan Data .....	47

3.4.3. Metoda Penyajian Data .....	48
	<b>Halaman</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	51
4.2. Deskripsi Data .....	51
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan..	53
4.3. Deskripsi Data .....	52
4.3.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	57
4.3.1.1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	57
4.4. Analisis Statistik Data .....	63
4.4.1 Analisis Koefisien Determinasi .....	63
4.4.2 Koefisien Determinasi Parsial .....	63
4.4.3 Koefisien Determinasi Simultan .....	66
4.4.4 Uji Parsial (Uji t) .....	67
4.4.5 Uji Simultan (Uji F) .....	71
4.5. Temuan Hasil Penelitian .....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1. Simpulan .....	76
5.2. Saran .....	77
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya .....	77
<b>DAFTAR REFERENSI.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Alternatif Jawaban Responden .....	44
Tabel 3.2. Tabel variable, indikator dan sub indikator .....	45
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Lama berlangganan .....	53
Tabel 4.3. Uji Validitas Variabel Produk (X1) .....	57
Tabel 4.4. Uji Reliabilitas Variabel Produk (X1) .....	58
Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Harga (X2) .....	58
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2) .....	59
Tabel 4.7. Uji Validitas Variabel Lokasi (X3) .....	59
Tabel 4.8. Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X3) .....	60
Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel Promosi (X4) .....	60
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X4) .....	61
Tabel 4.11. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	62
Tabel 4.12. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	62
Tabel 4.13. Koefisien Determinasi Parsial Produk (X1) .....	63
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi Parsial Harga (X2).....	64
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi Parsial Lokasi (X3) .....	65
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi Parsial Promosi (X4) .....	65
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi Simultan .....	66
Tabel 4.18. Uji Parsial (Uji t) .....	67
Tabel 4.19. Uji Simultan (Uji F) .....	72

## **DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	39
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Produk .....	54
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Harga .....	54
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Lokasi.....	55
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Promosi .....	56
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Kepuasan Pelanggan .....	56
Gambar 4.6. Bagan Hasil Penelitian .....	72

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	81
Lampiran 2 Tabulasi Skor Variabel Produk (X1) .....	85
Lampiran 3 Tabulasi Skor Variabel Harga (X2) .....	89
Lampiran 4 Tabulasi Skor Variabel Lokasi (X3) .....	93
Lampiran 5 Tabulasi Skor Variabel Promosi (X4) .....	97
Lampiran 6 Tabulasi Skor Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	101
Lampiran 7 Reliability & Validity Produk (X1) .....	105
Lampiran 8 Reliability & Validity Harga (X2) .....	106
Lampiran 9 Reliability & Validity Lokasi (X3) .....	107
Lampiran 10 Reliability & Validity Promosi (X4) .....	108
Lampiran 11 Reliability & Validity Kepuasan Pelanggan (Y) .....	109
Lampiran 12 Korelasi Parsial Produk .....	110
Lampiran 13 Korelasi Parsial Harga .....	111
Lampiran 14 Korelasi Parsial Lokasi .....	112
Lampiran 15 Korelasi Parsial Promosi .....	113
Lampiran 16 Model Summary .....	114
Lampiran 17 Uji Parsial (Uji t) .....	115
Lampiran 18 Uji Parsial (Uji F) .....	116
Lampiran 19 Riwayat Hidup Penelitian .....	117