

**DAMPAK Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan
pada PT. Bernofarm Cabang Jember**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:
JUNAIDI
16.1041.1046

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JUNAIDI

Nim : 1610411046

Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa karya tulis ilmiah berupa skripsi yang berjudul: DAMPAK BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BERNOFARM. Adalah hasil karya saya sendiri, kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan disubstansi manapun, serta bukan karya yang berbentuk plagiat atau berbentuk jiplakan, dimana saya bertanggung jawab atas keaslian serta keabsahan dan kebenaran dalam isinya, sesuai sikap ilmiah.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya tanpa ada rekayasa serta tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik serta hukuman, jika ternyata dikemudian hari ada pihak pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 05 Mei 2021

Yang menyatakan



Junaidi

NIM. 16.1041.1046

PERSETUJUAN

DAMPAK BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BERNOFARM CABANG JEMBER

(Studi kasus pada PT. Bernofarm Cabang Jember)



Pembimbing

Dosen pembimbing utama : Wahyu Eko Setianingsih,SE., MM

Dosen pembimbing pendamping : Yusron Rozzaid,SE, Msi

PENGESAHAN

Skrpsi berjudul : **“Dampak Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bernofarm Cabang Jember”** telah diuji serta disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Junaidi
Nim : 1610411046
Hari : Sabtu
Tanggal : 3 Juli 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Trias Setyowati, S.E., M.M.

NPK. 05 09 477

Anggota 1



Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM

NPK. 15 09 633

Anggota 2



Yusron Rozzaid, SE, Msi

NPK. 11 13 577

Mengesahkan :



Maheni Na Sari, SE, MM
NIP : 197708112005012001



Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM
NPK : 19860514.1.1703796

MOTTO

Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah selalu bersama kita
(Q.S. At-Taubah: 40)

Allah menganugerahkan Al hikmah kepada siapa yang dikehendaki-Nya.
Dan barang siapa yang dianugerahi hikmah, ia benar-benar telah dianugrahi karunia
yang banyak. Dan hanya orang-orang yang berakallah yang dapat mengambil pelajaran.
(Q.S. Al Baqarah: 269)

Lakukan apapun dengan tepat, bukan hanya cepat.
Keberhasilan tak bisa dihalangi jika yang kamu lakukan telah tepat.
(Junaidi)



PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karuniaNya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua saya **Bapak Saru'ie** dan **Ibu Juhania** yang telah setia menemani, memahami, membimbing, mendukung, menasehati dan yang selalu mendoakan saya setiap detik waktu yang mereka lalui di setiap hembus nafasnya.
3. Terima kasih kepada kakak saya **Riady** dan **Mahmudah** yang selalu mendoakan dan mendukung saya.
4. Terima kasih kepada saudara-saudara saya yang telah mendukung saya.
5. Terima kasih kepada **Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM.**, selaku dosen pembimbing utama yang telah membantu, membimbing dan mempermudah dalam penyusunan skripsi saya.
6. Terima kasih kepada **Bapak Yusron Rozzaid, SE., M.Si.**, selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membantu, membimbing dan mempermudah dalam penyusunan skripsi saya.
7. Terima kasih kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya pada prodi Manajemen kelas B angkatan tahun 2016.
8. Terima kasih juga kepada orang yang spesial yang selalu menemaniku hingga samapi tahap.
9. Terima kasih kepada almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

KATAPENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Dampak Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bernofarm Cabang Jember**” skripsi ini disusun guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember **Dr. Hanafi, M.Pd.**
2. Ibu **Maheni Ika Sari, SE., MM.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak **Akhmad Hasan Hafidzi SE,MM** selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu **Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM.**, Bapak **Yusron Rozzaid, SE.,M.Si.**, dan Ibu **Trias Setyowati,S.E., M.M.** selaku dosen pembimbing dan penguji yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Jember, 3 Juli 2021

Junaidi

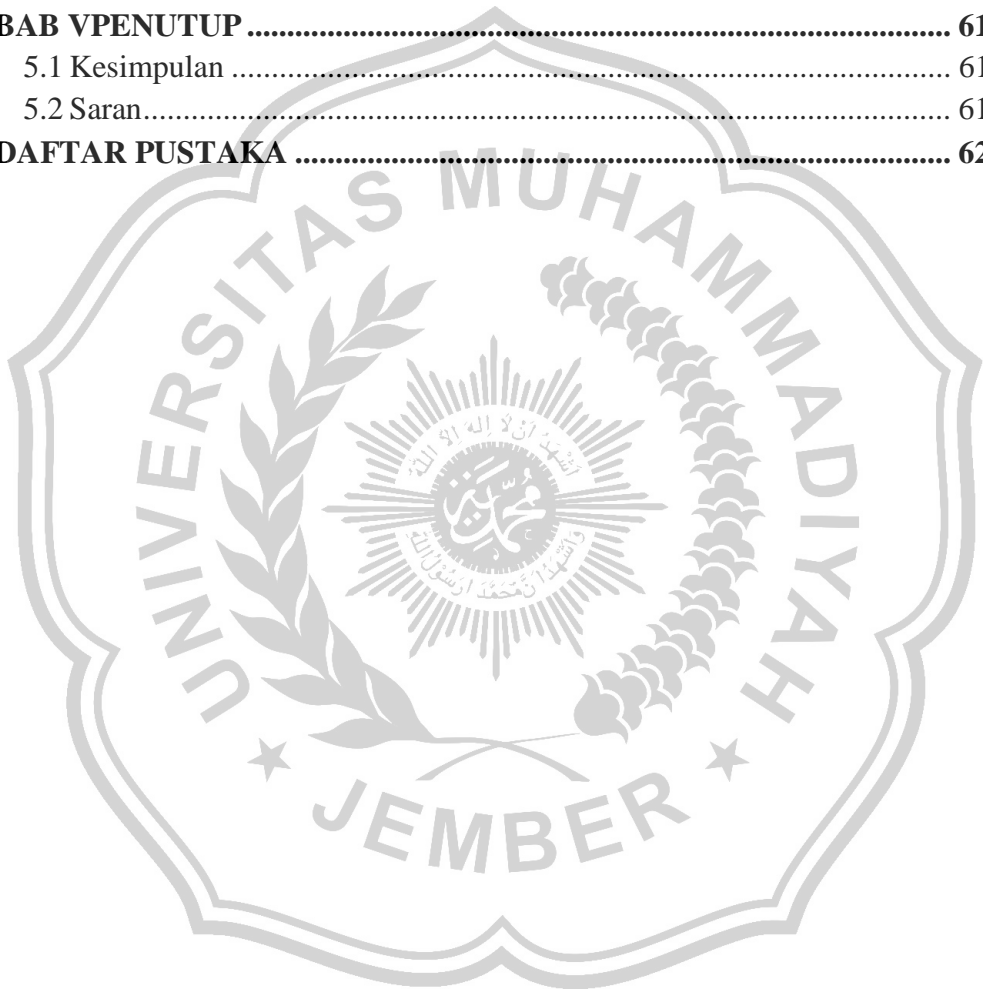
NIM. 16.1041.1046

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB IPENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Promosi	9
2.1.3 Bauran Promosi	10
2.1.3.1 <i>Advertising</i>	10
2.1.3.2 <i>Personal Selling</i>	11
2.1.3.3 <i>Sales Promotion</i>	12
2.1.3.4 <i>Direct Marketing</i>	13
2.2 Kepuasan Pelanggan	13
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	13
2.2.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	14
2.2.3 Program Kepuasan Pelanggan	15
2.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	17
2.3 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	17
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Kerangka Konseptual	22

2.6 Penelitian terdahulu.....	23
BAB II METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.2.1 Variabel Bebas	27
3.2.2 Variabel Terikat	29
3.3 Desain Penelitian.....	29
3.4 Jenis Data	29
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5.1 Populasi	29
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Metode Pengumpulan Data	31
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Analisis Kualitatif	31
3.7.2 Analisis Kuantitatif	32
3.8 Uji Instrumen Data.....	32
3.8.1 Uji Validitas	32
3.8.2 Uji Reabilitas	32
3.9 Uji Asumsi Klasik	33
3.9.1 Uji Multikolinieritas	33
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas	33
3.9.3 Uji Normalitas	33
3.10 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.11 Uji Hipotesis	35
3.11.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	35
3.11.3 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	36
3.12 Analisis Koefisien Diterminasi (R^2)	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum PT. Bernofarm	38
4.1.1 Sejarah PT. Bernofarm	38
4.1.2 Visi Misi dan Kebijakan PT. Bernofarm	38
4.1.3 Pembagian Tugas, Tanggung Jawab dan Wewenang	39
4.1.4 Struktur Organisasi	42
4.2 Karakteristik Responden	43
4.2.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	43
4.2.2 Karakteristik berdasarkan Usia.....	44

4.3 Karakteristik Jawaban Responden	44
4.4 Uji Instrumen Data.....	49
4.5 Uji Asumsi Klasikan	51
4.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.7 Uji Hipotesis	56
4.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.9 Pembahasan.....	58
BAB VPENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pembelian Produk Obat-Obatan Apotek di Jember Tahun 2019 dan 2020.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.2 Kategori Jawaban dan Cara Penilaian.....	32
Tabel 4.1Tingkat jenis kelamin responden	43
Tabel 4.2Tingkat usia responden	44
Tabel 4.3Hasil Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Adversting</i>	45
Tabel 4.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Personal Selling</i>	46
Tabel 4.5Hasil Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Sales Promotion</i>	47
Tabel 4.6Hasil Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Direct Marketing</i>	48
Tabel 4.7Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4.8Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.9Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.10Hasil Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.11Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.13Hasil Uji T.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Obat-obatan PT. Bernofarm.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	22
Gambar 3.1 Uji F.....	35
Gambar 3.2 Uji T	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bernofarm.....	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 Data Kuisisioner	68
Lampiran 3 Uji Validitas.....	73
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	78
Lampiran 5 Uji Multikolinieritas	79
Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas	80
Lampiran 7 Uji Normalitas	81
Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Berganda.....	82
Lampiran 9 Uji T.....	83
Lampiran 10 Uji F.....	84
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	85
Lampiran 13 Dokumentasi.....	86

