

**Analisis *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Bakso Barokah Cindogo
Tapen Bondowoso**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu
Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

**Angga Nur Wisanggani
NIM. 1510411324**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAHJEMBER
2020**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angga Nur Wisanggeni
NIM : 1510411324
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Analisis *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Barokah Cindogo Tapen Bondowoso; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 30 Juni 2020

Yang menyatakan,



Angga Nur Wisanggeni
NIM. 1510411324

SKRIPSI

Analisis *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Barokah Cindogo Tapen Bondowoso

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu
Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Dosen Pendamping Utama : Budi Santoso, SE, MM, M.Ak



Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Haris Hermawan, SE, MM

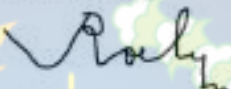


PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Barokah Cindogo Tapen Bondowoso, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Angga Nur Wisanggeni
NIM : 1510411324
Hari : Selasa
Tanggal : 30 Juni 2020
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

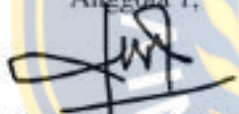
Tim Penguji,



Dr. Nurul Qomariah, M.M

NPK 06 03 426

Anggota 1,



Budi Santoso, SE, MM, M.Ak

NPK. 07 09 622

Anggota 2,



Dr. Haris Hermawan, SE., MM


NPK 15 03 640

Mengesahkan:



Dekan,
Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP. 19770811 2005 01 2001

Ketua Jurusan,



Dr. Haris Hermawan, SE., MM
NPK 15 03 640

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Analisis *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Barokah Cindogo Tapen Bondowoso”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Arik Susbiyani. SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
- b. Haris Hermawan. SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepadapenulis.
- c. Budi Santoso, SE, MM, M.Ak, selaku dosen pembimbing I dan Haris Hermawan. SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Dr. Nurul Qomariyah, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember,2019

Penyusun

Angga NurWisanggeni



MOTTO

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Asy Syarh : 5)

“Waktu bagaikan pedang, jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (potong).

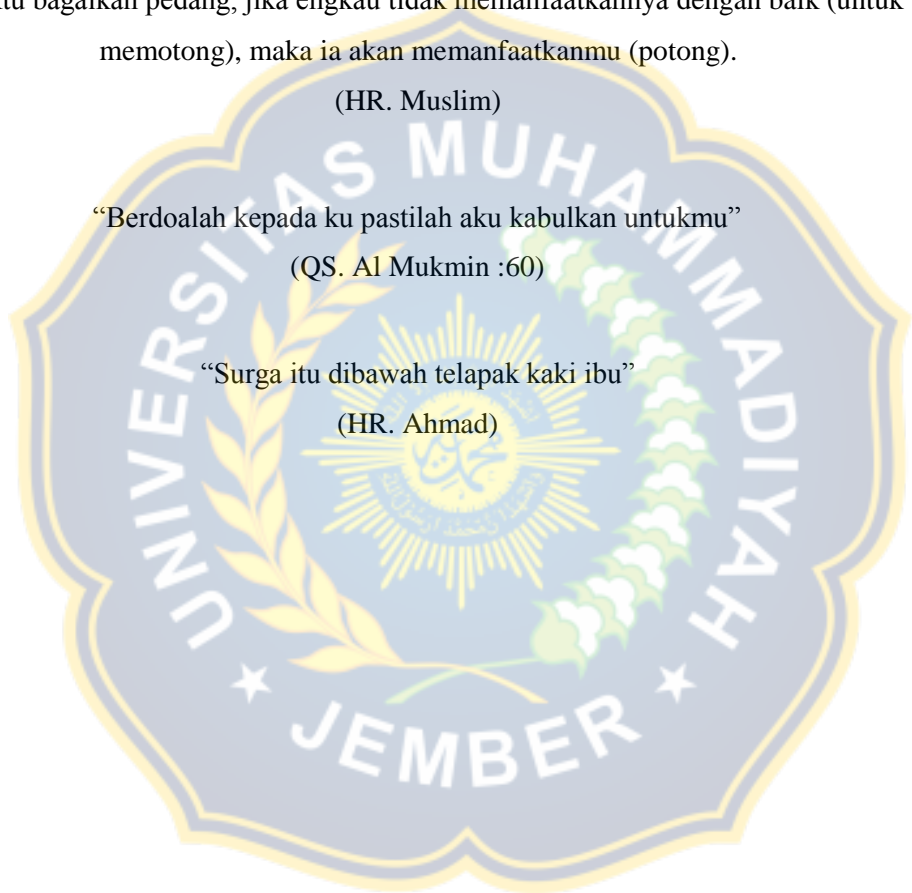
(HR. Muslim)

“Berdoalah kepada ku pastilah aku kabulkan untukmu”

(QS. Al Mukmin :60)

“Surga itu dibawah telapak kaki ibu”

(HR. Ahmad)



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMANPERNYATAAN.....	ii
HALAMANPEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMANPENGENSAHAN.....	iv
MOTTO DANPERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATAPENGANTAR.....	ix
DAFTARISI.....	xi
DAFTARTABEL.....	xiv
DAFTARGAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 LatarBelakang.....	1
1.2 RumusanMasalah.....	4
1.3 Tujuan dan KegunaanPenelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 LandasanTeori.....	7
2.1.1 PengertianPemasaran.....	7
2.1.2 KonsepPemasaran.....	7
2.1.3 BauranPemasaran.....	8
2.1.4 Pengertian PerilakuKonsumen.....	10
2.1.5 KepuasanPelanggan.....	12
2.2 Tinjauan PenelitianTerdahulu.....	18
2.3 KerangkaKonseptual.....	19
2.4 HipotesisPenelitian.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	24
3.1 IdentifikasiVariabel.....	24
3.2 Definisi OperasionalVariabel.....	24
3.3 DesainPenelitian.....	26
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik PengambilanSampel.....	26
3.5 JenisData.....	27
3.5.1 DataSekunder.....	27
3.5.2 DataPrimer.....	27
3.6 Teknik PengumpulanData.....	27
3.7 Teknik AnalisisData.....	28

3.7.1 Uji Instrumen Data	28
3.7.1.1 Uji Validitas	28
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	28
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	29
3.7.3.1 Uji Normalitas	29
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	30
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas	30
3.7.4 Uji Hipotesis	30
3.7.4.1 Uji F	30
3.7.4.2 Uji t	31
3.7.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	31
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	32
4.1.2 Struktur Organisasi	32
4.1.3 Fungsi Dan Tugas Jabatan	33
4.1.4 Aspek Pemasaran	34
4.1.5 Diskriptif Statistik Responden	34
4.1.6 Analisis Diskriptif Pernyataan Responden	35
4.1.6.1 Produk (X_1)	35
4.1.6.2 Harga (X_2)	36
4.1.6.3 Tempat (X_3)	37
4.1.6.4 Promosi (X_4)	38
4.1.6.5 Orang (X_5)	40
4.1.6.6 Lingkungan Fisik (X_6)	41
4.1.5.7 Proses (X_7)	42
4.1.5.8 Kepuasan Konsumen (Y)	43
4.2 Analisis Data	44
4.2.1 Pengujian Instrumen Data	44
4.2.1.1 Pengujian Validitas Data	44
4.2.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	45
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	45
4.2.3 Pengujian Asumsi Klasik	48
4.2.3.1 Pengujian Normalitas	48
4.2.3.2 Pengujian Multikolinearitas	48
4.2.3.3 Pengujian Heteroskedastisitas	49
4.2.4 Pengujian Hipotesis	50
4.2.4.1 Uji F	50

4.2.4.2 Ujit.....	51
4.2.4.3 KoefisienDeterminasi.....	53
4.3Pembahasan.....	53
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1Kesimpulan.....	57
5.2Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Harga Bakso Solo Bondowoso.....	3
Tabel 1.2:	Omset Penjualan Bakso Solo Bondowoso	4
Tabel 2.1:	Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1:	Responden Menurut Usia	34
Tabel 4.2:	Responden Menurut Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3:	Responden Menurut Tingkat Pendidikan	34
Tabel 4.4:	Responden Menurut Lama Berlangganan	35
Tabel 4.5:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Produk	35
Tabel 4.6:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga	36
Tabel 4.7:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Tempat	37
Tabel 4.8:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi ...	39
Tabel 4.9:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Orang .	40
Tabel 4.10:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Lingkungan Fisik	41
Tabel 4.11:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Proses	42
Tabel 4.12:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen	43
Tabel 4.13:	Hasil Pengujian Validitas	44
Tabel 4.14:	Hasil Pengujian Reliabilitas	45
Tabel 4.15:	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.16:	Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.17:	Hasil Uji F	51
Tabel 4.18:	Hasil Uji t	51
Tabel 4.19:	Hasil Uji Koefisien Determinasi	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Model Lima Tahap Proses Pembelian	11
Gambar 2.2:	Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi.....	33
Gambar 4.2:	Hasil Pengujian Normalitas	48
Gambar 4.3:	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRANI:	Pengantar Kuesioner
LAMPIRANII:	Petunjuk Pengisian Kuesioner
LAMPIRANIII:	Kuesioner Penelitian
LAMPIRANIV:	Rekapitulasi Kuesioner
LAMPIRANV:	Frekuensi Pernyataan Responden
LAMPIRANVI:	Uji Validitas
LAMPIRANVII:	Uji Reliabilitas
LAMPIRANVIII:	Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
LAMPIRANIX:	Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t

