

SKRIPSI

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI LARISSA JEMBER
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN MINAT KONSUMEN
FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS
MUHAMMADYAH JEMBER ANGKATAN 2015**



**Ulfa Fitriatul Hasanah
15.1041.1006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah selalu terucap kepada kehadiran Allah SWT yang penuh rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menempuh tugas akhir skripsi dengan lancar. Shalawat serta salam tak lupa kita haturkan kepada nabi besar Muhammad SAW yang telah memperjuangkan islam agar umat bisa terselamatkan dari siksa api neraka kelak.

Penelitian ini berjudul “*Strategi Bauran Pemasaran di Larissa Jember Sebagai Upaya Peningkatan Minat Konsumen Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadyah Jember Angkatan 2015*”. Peneliti sangat berharap penelitian ini dapat berguna dikemudian hari sebagai referensi penelitian baru. Peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar M.Sc, selaku ketua Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadyah Jember.
3. Ibu Wahyu Eko S, MM. selaku wakil Ketua Program Studi Manajemen.
4. Seno Sumowo, SE., MM selaku dosen pembimbing pertama.
5. Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM selaku dosen pembimbing kedua.
6. Drs. M. Naely Azhad, M.Si selaku penguji dalam ujian Ujian Tugas Akhir saya.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadyah Jember.
8. Instansi pendidikan “Universitas Muhammadyah Jember” Fakultas Ekonomi Manajemen.

Semoga skripsi ini dapat dipahami oleh siapapun yang membacanya dan dapat berguna bagi peneliti maupun pembaca.

Jember, 1 Januari 2019

Penulis

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI LARISSA JEMBER SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN MINAT KONSUMEN FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADYAH JEMBER ANGKATAN 2015” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadyah Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 25 Maret 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadyah Jember

Tim Pengaji,

Drs. M. Naely Azhad, M.Si

NPK. 196612311993031006

Anggota I

Anggota II,

Seno Sumowo, SE., MM.

NPK. 01 09 288

Yohanes Gunawan, SE., MM.

NPK 19840604.1.1703794

Mengesahkan,

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. Arik Susbiyani, M.Si

NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc.

NPK. 85 03 125

SKRIPSI

STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI LARISSA JEMBER SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN MINAT KONSUMEN FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADYAH JEMBER ANGKATAN 2015



Oleh:

**Ulfa Fitriatul Hasanah
15.1041.1006**

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

2019

MOTTO

“Dan bahwa seorang manusia tidak akan memperoleh sesuatu selain apa yang telah diusahakannya sendiri”

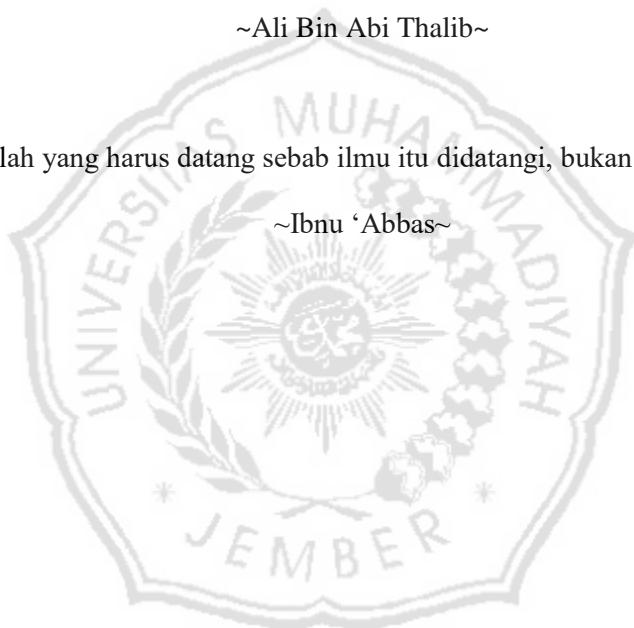
(Q.S. An-Najm : 39)

“Yang berdoa tanpa usaha, bagaikan pemanah tanpa busur”

~Ali Bin Abi Thalib~

“Akulah yang harus datang sebab ilmu itu didatangi, bukan mendatangi”

~Ibnu ‘Abbas~



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ulfa Fitriatul Hasanah

NIM : 1510411006

Prodi : S1 – Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI LARISSA JEMBER SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN MINAT KONSUMEN FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADYAH JEMBER ANGKATAN “ adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan subtansi 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 sebenar-benarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, dan saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

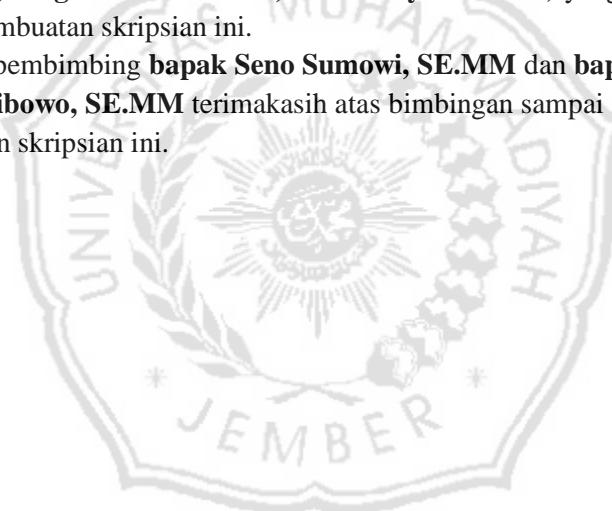
Jember, 01 Januari 2019
Yang menyatakan ,

Ulfa Fitriatul Hasanah
NIM. 15 1041 11006

PERSEMPAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. **Allah SWT** yang senantiasa selalu memberikan hamba segala kekuatan untuk menjalani hidup didunia dengan iman dan islam.
2. **Ibu dan Ayah** yang selalu Berjuang memberikan segala yang terbaik hingga sukses nanti.
3. Untuk abang **Muhammad Ismail Husein, S.Si** terimakasih sudah menjadi editor di skripsiku ini,
4. Untuk para sahabatku (**Inneke yulia Serlly A , Diah ayu oktaviana , Retno puteri angraeni , Nafa nuzula , Merdini dwi Untari , Adeylia hidayatul Mariam , Lidya permatasari , Pingki Eka Pratama , Elok wahyu harianti**) yang selalu mendukung perjalanan pembuatan skripsi ini.
5. Untuk dosen pembimbing **bapak Seno Sumowi, SE.MM** dan **bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE.MM** terimakasih atas bimbingan sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini.



DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | |
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| MOTTO..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| | |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| | |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Pengertian Pemasaran | 9 |
| 2.1.1 Konsep Pemasaran | 9 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 10 |
| 2.1.3 Pemasaran Jasa | 10 |
| 2.1.4 Teori-Teori Minat Beli | 10 |
| 2.1.5 Teori Perilaku Konsumen | 11 |
| 2.2 Strategi Pemasaran | 11 |
| 2.2.1 Marketing Mix..... | 11 |
| 2.2.2 Area Kognitif..... | 17 |
| 2.3 Minat Konsumen | 18 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu..... | 18 |
| 2.5 Hipotesis..... | 20 |

| | |
|---|-----------|
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 23 |
| 3.1 Identifikasi Variabel | 23 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel | 23 |
| 3.3 Jenis Data | 25 |
| 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 25 |
| 3.4.1 Populasi..... | 25 |
| 3.4.2 Sampel..... | 25 |
| 3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel | 26 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 26 |
| 3.6 Teknik Pengukuran Data | 26 |
| 3.7 Teknik Analisa Data | 27 |
| 3.7.1 Uji Instrumen Data | 27 |
| 3.7.1.1 Uji Validitas | 27 |
| 3.7.1.2 Uji Reliabilitas | 27 |
| 3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda | 27 |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik | 28 |
| 3.7.3.1 Uji Multikolinearitas..... | 28 |
| 3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas | 29 |
| 3.7.3.3 Uji Normalitas | 29 |
| 3.7.4 Uji Hipotesis..... | 29 |
| 3.7.4.1 Uji t..... | 30 |
| 3.7.4.2 Uji F | 30 |
| 3.7.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... | 31 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN | 32 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan | 32 |
| 4.1.1 Sejarah Larissa Aesthetic Center Jember | 32 |
| 4.1.2 Visi Larissa Aesthetic Center Jember | 32 |
| 4.1.3 Misi Larissa Aesthetic Center Jember | 32 |
| 4.1.4 Struktur Organisasi Larissa Aesthetic Center Jember | 33 |
| 4.1.5 Aspek Personalia Larissa Aesthetic Center Jember | 34 |
| 4.1.6 Aspek Operasional Larissa Aesthetic Center Jember | 35 |
| 4.1.7 Aspek Pemasaran Larissa Aesthetic Center Jember | 36 |
| 4.2 Analisis Deskriptif | 39 |
| 4.2.1 Deskriptif Statistik Karakteristik Responden | 39 |
| 4.2.2 Tabel Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel | 40 |
| 4.3 Hasil Analisa Data | 48 |
| 4.3.1 Uji Instrumen Data | 48 |
| 4.3.1.1 Pengujian Validitas Data | 48 |
| 4.3.1.2 Pengujian Realibilitas Data..... | 49 |

| | | |
|---------|---|-----------|
| 4.3.2 | Analisis Regresi Linear Beranda | 50 |
| 4.3.3 | Uji Asumsi Klasik | 53 |
| 4.3.3.1 | Pengujian Normalitas..... | 53 |
| 4.3.3.2 | Pengujian Multikolinearitas | 53 |
| 4.3.3.3 | Pengujian Heteroskedastisitas | 54 |
| 4.3.4 | Uji Hipotesis | 55 |
| 4.3.4.1 | Uji t..... | 55 |
| 4.3.4.2 | Uji F | 57 |
| 4.3.5 | Koefisien Determinasi (R^2) | 58 |
| 4.4 | Pembahasan | 59 |
| | BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | 63 |
| 5.1 | Kesimpulan | 63 |
| 5.2 | Saran | 64 |

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



PERSETUJUAN SKRIPSI



**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI LARISSA JEMBER
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN MINAT KONSUMEN
FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS
MUHAMMADYAH JEMBER ANGKATAN 2015**

Oleh:

**Ulfa Fitriatul Hasanah
NIM. 15.1041.1006**

Dosen Pembimbing;

Pembimbing Utama : Seno Sumowo, SE., MM.

Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian | 20 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Larissa Aesthetic Jember | 33 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas | 53 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 55 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Persaingan Klinik Kecantikan di Jember | 5 |
| Tabel 1.2 Perbandingan Harga dan Facial Beberapa Klinik Kecantikan | 5 |
| Tabel 1.3 Volume Pengunjung Larissa Aesthetic Center Jember Tahun 2016-2017 .. | 6 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 19 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 39 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 40 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Produk | 40 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga..... | 41 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Tempat | 42 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi | 43 |
| Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Orang | 44 |
| Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Bukti Fisik..... | 45 |
| Tabel 4.9 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Proses | 46 |
| Tabel 4.10 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Minat Konsumen | 47 |
| Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas | 48 |
| Tabel 4.12 Hasil Pengujian Realibilitas | 49 |
| Tabel 4.13 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda | 50 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas | 54 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji t | 56 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji F | 58 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi | 58 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pengantar Kuesioner

Lampiran II Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian

Lampiran III Kuesioner Penelitian

Lampiran IV Rekapitulasi Kuesioner

Lampiran V Frekuensi Pernyataan Responden

Lampiran VI Uji Validitas

Lampiran VII Uji Reliabilitas

Lampiran VIII Uji Regresi Linier Berganda , Uji Asumsi Klasik , dan Uji Hipotesis

Lampiran IX Tabel r *Product Moment*, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t

DAFTAR PUSTAKA

- Arifandi, Yudi. (2014). *Kajian Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Roti Conato Bakery Jember*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Jember
- Arjanto, R. (2009). *Prinsip-prinsip Periklanan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Assauri, Sofjan (2013) **Manajemen pemasaran** Jakarta : Rajawali pers
- Durianto, dkk (2003). **Invasi pasar dengan iklan yang efektif : strategi, program, dan Teknik pengukuran**. Gramedia pustaka Utama, Jakarta.
- Durianto, dkk. (2003) *invasi pasar dengan iklan yang efektif : stategi, program, dan Teknik pengukuran*. Gramedia pustaka Utama. Jakarta
- Faturohman, Hanif. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dheka Putra Bakpia Ambulu*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Ferdinand, Augusty (2006) *Pengaruh Sstrategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan*. Skripsi Univeristas riau. Firdaus, Afdilah 2017 *Admininstrasi bisnis* : Pekanbaru
- Hurriyati, R. (2008). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip (2005)**Marketing Management**. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2 edisi 12*. Jakarta : PT Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa Teori Dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rahmat dan A. Hamdani, 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2, Penerbit Salemba Empat : Jakarta.
- Morissan (2010) *Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualialitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio*

Dikota Manado., skripsi Fakultas ekonomi dan bisnis. Universitas sam Ratulangi Manado.

Oentero (2012). **Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Bisnis Kuliner Berbasis Mix Media.** skripsi. Fakultas universitas islam negeri sunan kalijaga, Rahayu, septiana 2014 *ilmu komunikasi* : Yogyakarta

Purwanto, Iwan. 2008. **Manajemen Strategi.** Bandung : Yrama Widya.

Rangkuti, (2004). **Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Bisnis Kuliner Berbasis Mix Media.** skripsi. Fakultas universitas islam negeri sunan kalijaga, Rahayu, septiana 2014 *ilmu komunikasi* : Yogyakarta

Saladin, Djaslim. 2003. **Manajemen Pemasaran, Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran.** Bandung : CV Linda Karya.

Siagian, S. P. (2007). **Manajemen Sumber Daya Manusia.** 14 Edition. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

Sumarni, Murti dan John Soepriharto. 2010. **Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan).** Edisi Ke 5. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.

Suyanto, Asep Herman. 2007. **Web Design Theory and Practices.** Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandi. (2008). **Strategi Pemasaran.** Yogyakarta: Andi Publisher.

Yamit, zulian. (2001), **manajemen kualitas produk jasa,** Yogyakarta: Ekonosia

Yasid. 2003. **Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi,** edisi kedua. Sleman Yogyakarta Ekonisia.

Yazid.(2008) **Pemasaran Jasa** Edisi kedua. Yogyakarta : Ekonosia Kampus Fakultas Ekonomi