



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL AHASS GONO
MOTOR BALUNG JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

**M. Fardan Fardyan
NIM 14. 10. 411. 213**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Fardan Fardyan

NIM : 1410411213

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Ahass Gono Motor Balung Jember , 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, September 2018

Yang menyatakan,

M. Fardan Fardyan
NIM. 14.10.411.213

SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL AHASS GONO MOTOR BALUNG JEMBER



Oleh:

M. Fardan Fardyan
NIM 14.10.411.213

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Feti Fatimah, SE., M.M

Dosen Pembimbing Pendamping : Jekti Rahayu, SE., M.Si

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Ahass Gono Motor Balung Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Anwar, M.Sc
NPK : 85 03 125

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah, SE. M.M
NPK : 07 09 622

Jekti Rahayu, SE. M.Si
NPK : 15 09 646

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M. Si
NPK : 01 09 289

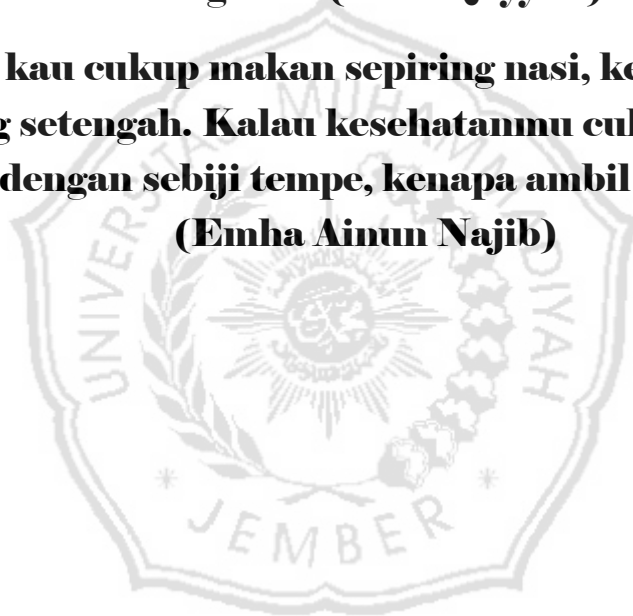
Drs. Anwar, M.Sc
NPK : 85 03 125

MOTTO

**Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu;
sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar.
(Q.S Al-Baqarah: 153)**

**Kesabaran adalah ketika hati tidak merasa marah
terhadap apa yang sudah ditakdirkan dan mulut tidak
mengeluh. (Ibnu Qayyim)**

**Kalau kau cukup makan sepiring nasi, kenapa harus
sepiring setengah. Kalau kesehatanmu cukup dipenuhi
dengan sebiji tempe, kenapa ambil dua?
(Emha Ainun Najib)**



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa aku ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu aku di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Teruntuk kedua Orang Tua ku yang tercinta dan terkasih “M. Fathan” dan “Zuhriyah Zahroh”, yang senantiasa mendoakanku, mengasihiku, mencintaiku dengan tulus, yang sabar dalam mendidikku, sabar dalam segala hal yang telah kulakukan, dan segalanya yang beliau lakukan untukku yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan searik kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan.
2. Teruntuk kakak dan adikku “M. Zulfi Zamiri dan M. Abyan Hasyim Fadli” yang aku sayangi, yang memotivasiku, mendoakanku, dan juga sebagai teman berantem dirumah. Terimakasih telah membuatku belajar memahami tentang sebuah arti saudara. Dan juga untuk kakak iparku “Tria Noviaking” terimakasih untuk motivasi dan dukungan yang telah diberikan.
3. Teruntuk keponakanku yang aku cintai “Muhammad Adam Fathan” yang membuatku kembali semangat dan bahagia dikala hari-hariku sedang gundah.
4. Teruntuk Kakek dan Nenekku yang juga turut mendoakanku, menasehatiku agar menjadi yang lebih baik, terimakasih.
5. Teruntuk sahabat – sahabatku Terimakasih kuucapkan untuk Ranti, Rima, Adi, Ucup, Ali, Robet yang mendukungku, memberiku semangat, menemani, dan mendoakanku.
6. Teruntuk sahabat – sahabat dan teman – temanku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, terimakasih untuk semangat, bantuan yang diberikan, dan juga kebersamaanya selama ini.

7. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember yang selalu ku banggakan.



ABSTRAK

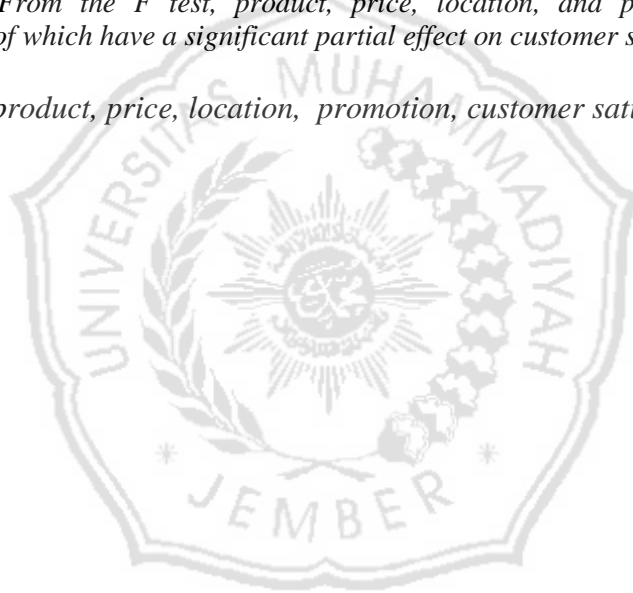
Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Bengkel Ahass Gono Motor Balung Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan bengkel Ahass Gono Motor Balung Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 50 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel produk, harga, lokasi, dan promosi, semuanya berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari uji t diperoleh hasil produk, harga, lokasi, dan promosi, semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari uji F diperoleh hasil produk, harga, lokasi, dan promosi, semuanya berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: produk, harga, lokasi, promosi, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This research was conducted on customers of Ahas Gono Motor Workshop in Balung Jember. This study aims to determine the effect of the marketing mix on customer satisfaction Ahas Gono Motor Balung Jember workshop. In this study the data was collected with aids in the form of observation, interviews and questionnaires to 50 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine the respondent's perception of each variable. The analysis used includes data instrument test (validity test, reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression can be seen that the variables of product, price, location, and promotion, all have a positive effect on customer satisfaction. From the test results obtained from products, prices, locations, and promotions, all have a significant effect on customer satisfaction. From the F test, product, price, location, and promotion results are obtained, all of which have a significant partial effect on customer satisfaction.

Keywords : product, price, location, promotion, customer satisfaction



KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, karena tanpa-Nya tidak ada suatu hajat pun yang dapat terlaksana. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Ahass Gono Motor Balung Jember”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) 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:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar, M.Sc. selaku Dosen Penguji Skripsi yang bersedia memberikan saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini sekaligus Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Feti Fatimah, SE. M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Jekti Rahayu, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II, yang telah sangat telaten, sabar dan membimbing dalam memberikan arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Kedua Orang Tua tercinta (alm)M.Fathan dan Zuhriyah Zahroh, terimakasih atas Do'a, kesabaran, pengorbanan, dan kasih sayang yang telah diberikan kepadaku.

6. M. Zulfi Zamiri, Tria Noviaking, M. Abyan Hasyim Fadli, M. Adam Fathan adalah kakak, adik dan keponakanku yang telah memberiku semangat untuk segera menyelesaikan skripsiku.
7. Sahabat-sahabatku Ranti, Rima, Adi, Ucup, Ali, Robet, Terimakasih atas do'a dan dukungan, juga kebersamaanya selama ini.
8. Sahabat, dan rekan - rekanku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, semangat yang diberikan, dan juga kebersamaanya.

Atas amal baik yang diberikan kepada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat dan hidayahnya diberikan kepada kita semua. Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Agustus 2018
Penyusun

M. Fardan Fardyan

DAFTAR ISI

| | |
|---|----------|
| HALAMAN SAMBUT | |
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PEMBIMBINGAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | viii |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xix |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Landasan Teori | 7 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran (Marketing) | 7 |
| 2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 8 |
| 2.2.1 Harga (<i>Price</i>) | 8 |
| 2.2.2 Produk (<i>Product</i>) | 10 |
| 2.2.3 Lokasi (<i>Place</i>) | 13 |
| 2.2.4 Promosi (<i>Promotion</i>) | 15 |
| 2.3 Kepuasan Pelanggan | 16 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan | 16 |
| 2.3.2 Faktor Kepuasan Pelanggan..... | 17 |
| 2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan..... | 18 |
| 2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu..... | 18 |
| 2.5 Kerangka Konseptual | 22 |
| 2.6 Hipotesis | 23 |
| | |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 25 |
| 3.1 Identifikasi Variabel | 25 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel | 26 |
| 3.3 Desain Penelitian | 28 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 28 |
| 3.4.1 Populasi | 28 |
| 3.4.2 Sampel | 28 |
| 3.5 Teknik Pengambilan Sampel | 29 |
| 3.6 Jenis dan Sumber Data | 30 |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data | 30 |
| 3.8 Analisis Deskriptif Responden | 31 |
| 3.9 Teknik Analisis Data | 31 |
| 3.9.1 Uji Validitas | 31 |
| 3.9.2 Uji Reliabilitas | 32 |
| 3.9.3 Uji Asumsi Klasik | 34 |
| 3.9.3.1 Uji Normalitas | 34 |
| 3.9.3.2 Uji Multikolinieritas | 34 |
| 3.9.3.3 Uji Heterokedastisitas | 34 |
| 3.10 Uji Hipotesis | 35 |
| 3.10.1 Uji F | 35 |
| 3.10.2 Uji t | 36 |
| 3.11 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 36 |
| 3.11.1 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 37 |

| | |
|--|----|
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN | 38 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 38 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan | 38 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi | 39 |
| 4.2 Aspek Personalia | 41 |
| 4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja | 41 |
| 4.2.2 Jam Operasional Kerja | 41 |
| 4.2.3 Sistem Upah | 41 |
| 4.3 Aspek Pemasaran | 41 |
| 4.2.4 Daerah Pemasaran | 41 |
| 4.4 Gambaran Umum Responden | 42 |
| 4.4.1 Deskriptif responden | 42 |
| 4.4.2 Analisis Deskriptif | 43 |
| 4.4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Produk | 43 |
| 4.4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga | 44 |
| 4.4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Lokasi | 46 |
| 4.4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi | 47 |
| 4.4.2.4 Analisis Deskriptif variabel Kepuasan Pelanggan | 48 |
| 4.5 Analisis Data | 49 |
| 4.5.1 Uji Instrumen Data | 50 |
| 4.5.1.1 Uji Validitas | 50 |
| 4.5.1.2 Uji Reliabilitas | 51 |
| 4.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda | 51 |
| 4.5.3 Uji Asumsi Klasik | 53 |
| 4.5.3.1 Uji Normalitas | 53 |
| 4.5.3.2 Uji Multikolinearitas | 54 |
| 4.5.3.3 Uji Heterokedastisitas | 55 |
| 4.5.4 Uji Hipotesis | 56 |
| 4.5.4.1 Uji F | 56 |
| 4.5.4.2 Uji t | 57 |

| | |
|---|-----------|
| 4.5.4.3 Koefisien Determinasi (R^2) | 59 |
| 4.6 Pembahasan | 60 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | 63 |
| 5.1 Kesimpulan | 63 |
| 5.2 Saran | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 : Tabel Data Penjualan | 4 |
| Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu | 29 |
| Tabel 4.1 : Responden Menurut Jenis Kelamin | 42 |
| Tabel 4.2 : Usia Responden | 43 |
| Tabel 4.3 : Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Produk | 43 |
| Tabel 4.4 : Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harga | 45 |
| Tabel 4.5 : Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Lokasi | 46 |
| Tabel 4.6 : Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Promosi | 47 |
| Tabel 4.7 : Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan | 48 |
| Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas | 50 |
| Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas | 51 |
| Tabel 4.10 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 52 |
| Tabel 4.11 : Hasil Uji Multikolinearitas | 55 |
| Tabel 4.12 : Hasil Uji F | 57 |
| Tabel 4.13 : Hasil Uji t | 58 |
| Tabel 4.14 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 59 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual | 22 |
| Gambar 4.1 : Struktur Organisasi | 39 |
| Gambar 4.2 : Hasil Normalitas | 54 |
| Gambar 4.3 : Hasil Uji Heterokedastisitas | 56 |



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pengantar Kuesioner

Lampiran 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 : Rekapitulasi Kuesioner

Lampiran 5 : Frekuensi Pernyataan Responden

Lampiran 6 : Uji Validitas

Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 8 : Hasil Uji Regresi, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis

Lampiran 9 : Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t

Lampiran 10 : Foto Dokumentasi

