



**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN DAN KETIDAKPUASAN
KONSUMEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN RITEL
SWALAYAN GOLDEN MARKET JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

Rayi Hendra Prasetyo

070810201114

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN DAN KETIDAKPUASAN
KONSUMEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN RITEL
SWALAYAN GOLDEN MARKET JEMBER**

SKRIPSI

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

oleh:

Rayi Hendra Prasetyo

NIM 070810201114

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rayi Hendra Prasetyo

NIM : 070810201114

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “**Analisis Perbedaan Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Ritel Swalayan Golden Market Jember**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 19 Februari 2013

Yang menyatakan,



Rayi Hendra Prasetyo

NIM 070810201114

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

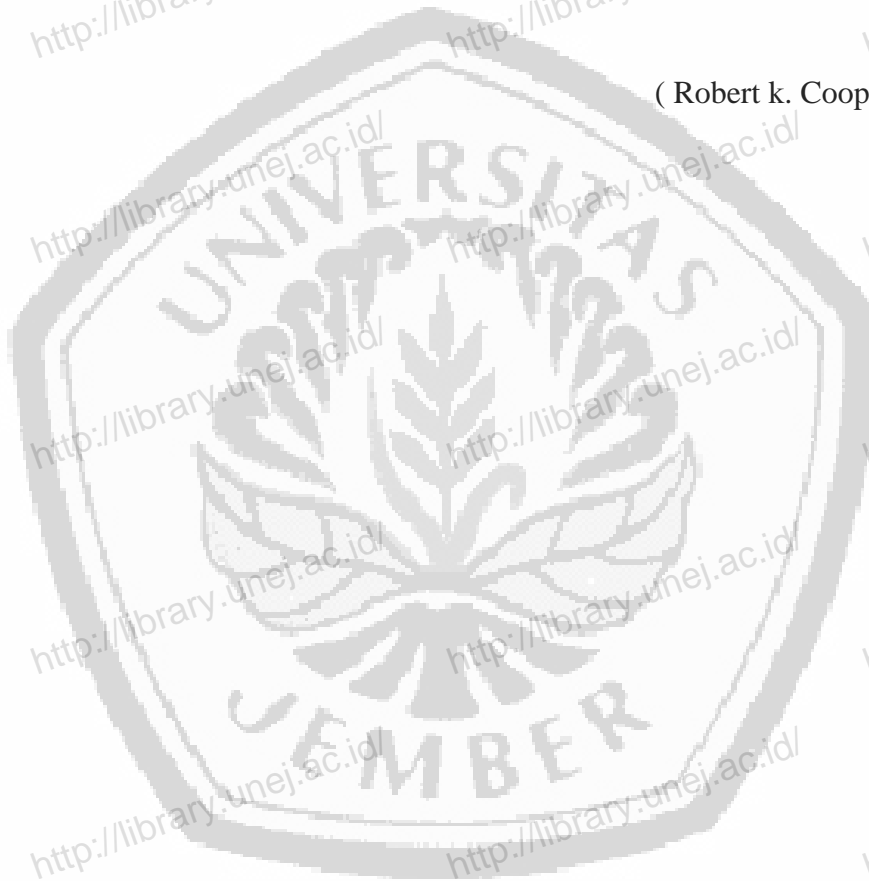
1. Ayahku Suprpto dan ibuku Endang Soswinarti yang telah memberi dukungan, mendoakan, mendidik dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini;
2. Kakakku tercinta Hendra Didiantoro terima kasih semangatnya
3. Semua temanku terima kasih
4. Guru-guru/dosenku sejak sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi;
5. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.



MOTTO

Amat mudah untuk memadamkan api yang sedang membara, tetapi sukar untuk meredakan api kemarahan dalam diri. Kecerdasan emosi adalah kemampuan merasakan, memahami, dan secara efektif menerapkan daya dan kepekaan emosi sebagai sumber energi, informasi, koneksi, dan pengaruh yang manusiawi.

(Robert k. Cooper)



RINGKASAN

Analisis Perbedaan Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Ritel Swalayan Golden Market Jember; Rayi Hendra Prasetyo; 070810201114; 2013: 55 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember.

Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan yang maksimal dalam memuaskan pelanggannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap faktor keragaman produk (*product assortment*), promosi, harga, lokasi, fasilitas fisik, personalia.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung GM Jember periode September 2012. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah 100 responden. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan analisis diskriminasi.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa konsumen yang puas menilai positif terhadap Golden Market *Mall* Jember, karena mereka merasa nyaman dengan pelayanan pramuniaga, luas *Mall* memadai dan menilai bahwa harga yang ditetapkan terhadap produk stabil. Berbeda dengan kelompok konsumen yang cukup dan tidak puas di Golden Market *Mall* Jember. Mereka menilai negatif terhadap Golden Market *Mall* Jember dikarenakan mereka menilai bahwa tidak nyaman dengan pelayanan, harga tidak terjangkau, produk kurang baik dan lokasi *Mall* dengan tempat tinggal cukup jauh..

Kesimpulan yang diperoleh penelitian ini adalah faktor keragaman produk produk, promosi, harga, lokasi, fasilitas fisik, personalia dapat membedakan kepuasan konsumen; menganalisis sejauh mana faktor personalia dapat membedakan kepuasan konsumen

SUMMARY

The Analysis of Difference on the Satisfaction and Dissatisfaction on Consumer Retail Marketing Mix Self Against Golden Market Jember: Rayi Hendra Prasetyo; 070810201114; 2013. 55 pages, the Management Departement, the Faculty of Economic, Jember University

Companies must be able to provide maximum satisfaction in satisfying customers. The purpose of this study was to analyze the extent to consumer satisfaction and dissatisfaction

The population in this study were all visitors GM Jember period of September 2012. The sample used for this study is 100 respondents. Data analysis methods using test validity, reliability testing and analysis of discrimination. The results of the analysis of the data showed that consumers are satisfied assess positively the Golden Market Mall Jember, because they feel comfortable with the service clerk, spacious Mall adequate and assess the set price of the product is stable. Unlike consumer groups fairly and dissatisfied at the Golden Market Mall Jember. They assess the negative impact on the Golden Market Mall Jember dikarenakan judge that they are not comfortable with the service, unaffordable prices, unfavorable product and location Mall with a live quite far away.

Conclusion Result were the product diversity factor product, promotion, price, location, physical facilities, personnel can distinguish consumer satisfaction; menganalisis extent to which personnel can distinguish factors of customer satisfaction

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. H. Abdul Halim, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
5. Teman-temanku angkatan 2007.
6. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, 19 Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Bauran Pemasaran	7
2.2.2 Perilaku Konsumen	11
2.2.3 Kepuasan Konsumen	14
2.2.4 Hubungan Antara Variabel -Variabel Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen	16
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Hipotesis Penelitian	19
BAB 3. METODE PENELITIAN	20
3.1 Rancangan Penelitian	20

3.2 Jenis dan Sumber Data	20
3.2.1 Jenis Data	20
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel	21
3.4 Identifikasi Variabel	22
3.5 Definisi Operasional Variabel	23
3.6 Skala Pengukuran	25
3.7 Pengujian Instrumen	26
3.7.1 Uji Validitas	26
3.7.2 Uji Reliabilitas	26
3.8 Metode Analisis Data	27
3.8.1 Analisis Diskriminan	27
3.8.2 Uji Signifikansi	28
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	28
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1 Sejarah Singkat Golden Market Jember	31
4.2 Deskripsi Responden	32
4.2.1 Karakteristik Responden	32
4.2.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	35
4.3 Uji Instrumen Data	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Analisis Diskriminan	41
4.4.1 <i>Analysis Case Processing Summary</i>	41
4.4.2 <i>Group Statistic</i>	41
4.4.3 <i>Test Equality Group Means</i>	42
4.5 Pembahasan	49
4.5.1 Variabel Produk	49
4.5.2 Variabel Personalia (Pramuniaga)	49
4.5.3 Variabel Fasilitas Fisik	50
4.5.4 Variabel Harga	51

4.5.5 Variabel Promosi	51
4.5.6 Variabel Lokasi	52
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Distribusi Umur Responden Konsumen Golden Market Jember	33
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen Golden Market Jember	34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Rumah.....	34
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja	35
4.5 Deskripsi Penilaian Responden terhadap Variabel Penelitian	36
4.6 Hasil Uji Validitas Data	40
4.7 Reliabilitas Instrumen Penelitian	40
4.8 <i>Analysis Case Processing Summary</i>	41
4.9 Tabel Kelompok Statistik Perilaku Konsumen Terhadap Frekuensi Pembelian	42
4.10 <i>Test of Equity Group Means</i>	43
4.11 <i>Wilk's Lambda</i>	44
4.12 Koefisien Diskriminan	45
4.13 <i>Structure Matrix</i>	46
4.14 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	47
4.15 Tabel Fungsi Grup <i>Centroid</i>	47
4.16 Hasil Klasifikasi Diskriminan	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen	12
2.2 Kerangka Konseptual	19
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data

Lampiran 5 Hasil Uji konfirmatori

Lampiran 6 Hasil Revisi Model

