



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PERAWATAN KULIT
WAJAH DI
J-KLIN BEAUTY CLINIC AND SPA JEMBER**
*Marketing Mix Influence Of Purchasing Decision and Consumer Satisfaction in
Facial Skin Care J-klin Beauty Clinic and Spa Jember*

TESIS

Oleh :

**BETTY PRAMUDITA SARI, SE
NIM. 110820101032**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PERAWATAN KULIT WAJAH DI J-KLIN *BEAUTY CLINIC AND SPA* JEMBER

Yang dipersiapkan dan di susun oleh:

Nama : Betty Pramudita Sari, S.E

NIM : 110820101032

Program Studi : Magister Manajemen

Jurusan : Pemasaran

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:

06 Januari 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Magister Program Studi Manajemen Pemasaran Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PEMBIMBING/PENGUJI

Ketua : Dr. Diah Yulisetiari, M.Si :
NIP. 196007291986032001

Anggota I : Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M :
NIP. 196004131986031002

Anggota II : Dr. Bambang Irawan, S.E, M.Si :
NIP. 196103171988021001

Mengetahui/Menyetujui
Ketua Program Studi Manajemen

Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M
NIP. 196004131986031002

Mengetahui/Menyetujui,
Universitas Jember
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. M. Fathorrazi, S.E, M.Si
NIP. 19630614199002001

4x6

ABSTRAKSI

Era Globalisasi belakangan ini berdampak pada gaya hidup seseorang, khususnya dalam masalah kesehatan dan kecantikan kulit wajah. Hal ini sangat di percaya merupakan langkah awal penting bagi setiap orang untuk melakukan kegiatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak dari bauran pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan perawatan kulit J-klin *Beauty Clinic dan Spa Jember*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 108 responden dengan metode purposive sampling. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil analisis ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen, bauran pemasaran berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. bauran pemasaran berpengaruh signifikan positif percaya, dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: bauran pemasaran, keputusan pembelian, kepuasan.

ABSTRACT

Era of Globalization recent impact on a person's lifestyle, especially in matters of health and beauty skin. It is believed a very important first step for any person to perform activities. The purpose of this research was to analyze the impact of marketing mix to influence purchasing decision and costumer satisfaction of treatment of skin J-klin Beauty Clinic and Spa Jember. Data were gathered by distributing questionnaire to 108 respondents with purposive sampling method. To analysis the data, this research used Structural Equation Modelling (SEM). The result of this analysis showed that marketing mix had positive significant effect on costumer purchasing decision, marketing mix had positive significant effect on costumer satisfaction. marketing mix had positive significant effect to trust, and purchasing decision had positive significant effect on costumer satisfaction.

Key Words: *marketing mix, purchasing decision, satisfaction.*



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PERAWATAN KULIT
WAJAH DI JKLIN *BEAUTY CLINIC AND SPA* JEMBER**

*Marketing Mix Influence Of Purchasing Desicion and Consumer Satisfaction in
Facial Skin Care J-klin Beauty Clinic and Spa Jember*

TESIS

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen (S2)
dan Mendapat Gelar Magister Manajemen

Oleh :
BETTY PRAMUDITA SARI, SE
NIM. 110820101032

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

TESIS

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PERAWATAN KULIT
WAJAH DI J-KLIN *BEAUTY CLINIC AND SPA* JEMBER**

*Marketing Mix Influence Of Purchasing Decision and Consumer Satisfaction in
Facial Skin Care J-klin Beauty Clinic and Spa Jember*

Oleh :

BETTY PRAMUDITA SARI, SE
NIM 110820101032

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Bambang Irawan, S.E, M.Si

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tesis : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan
Pembelian dan Kepuasan Konsumen Perawatan Kulit
Wajah di J-klin *Beauty Clinic and Spa* Jember
Nama : Betty Pramudita Sari, S.E
NIM : 110820101032
Program Studi : Magister Manajemen

Pembimbing I,

Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M
NIP. 196004131986031002

Pembimbing II,

Dr. Bambang Irawan, S.E,M.Si
NIP. 196103171988021001

Ketua Program Studi Magister Manajemen,

Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M
NIP. 196004131986031002

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PERAWATAN KULIT WAJAH DI J-KLIN *BEAUTY CLINIC AND SPA* JEMBER

Yang dipersiapkan dan di susun oleh:

Nama : Betty Pramudita Sari, S.E

NIM : 110820101032

Program Studi : Magister Manajemen

Jurusan : Pemasaran

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:

06 Januari 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Magister Program Studi Manajemen Pemasaran Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PEMBIMBING/PENGUJI

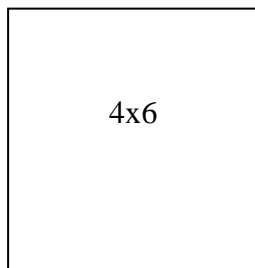
Ketua : Dr. Diah Yulisetiari, M.Si :
NIP. 196007291986032001

Anggota I : Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M :
NIP. 196004131986031002

Anggota II : Dr. Bambang Irawan, S.E, M.Si :
NIP. 196103171988021001

Mengetahui/Menyetujui
Ketua Program Studi Manajemen

Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M
NIP. 196004131986031002



Mengetahui/Menyetujui,
Universitas Jember
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. M. Fathorrazi, S.E, M.Si
NIP. 19630614199002001

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Betty Pramudita Sari, S.E
NIM : 110820101032
Jurusan : Magister Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Perawatan Kulit Wajah di J-klin *Beauty Clinic and Spa* Jember.

Menyatakan bahwa tesis yang saya buat adalah hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah di terbitkan dalam bentuk jurnal. Apabila di kemudian hari tesis ini merupakan plagiat atau hasil penjiplakan, maka saya mempertanggungjawabkan dan menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, Januari 2014

Yang menyatakan,

Betty Pramudita Sari, SE
NIM. 110820101032

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini di persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tuaku, Drs.Mardi dan Enny Julyastuti, S.H.
2. Saudara-saudaraku Anindita Sinantyarani, S.E dan Adhika Nugraha Utama.
3. Teman-teman MM 2011 kelas Sore dan Sabtu Minggu, terima kasih dukungannya.
4. Almamaterku tercinta.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa apa yang pada diri mereka.” QS 13:11.

“Jangan remehkan diri sendiri. Perbaiki apa yang salah, dan teruslah melangkah.”

“Kamu tidak akan pernah tahu kemampuanmu hingga kamu mencobanya.”

ABSTRAKSI

Era Globalisasi belakangan ini berdampak pada gaya hidup seseorang, khususnya dalam masalah kesehatan dan kecantikan kulit wajah. Hal ini sangat di percaya merupakan langkah awal penting bagi setiap orang untuk melakukan kegiatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak dari bauran pemasaran untuk mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan perawatan kulit J-klin *Beauty Clinic dan Spa Jember*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 108 responden dengan metode purposive sampling. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil analisis ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen, bauran pemasaran berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. bauran pemasaran berpengaruh signifikan positif percaya, dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: bauran pemasaran, keputusan pembelian, kepuasan.

ABSTRACT

Era of Globalization recent impact on a person's lifestyle, especially in matters of health and beauty skin. It is believed a very important first step for any person to perform activities. The purpose of this research was to analyze the impact of marketing mix to influence purchasing decision and costumer satisfaction of treatment of skin J-klin Beauty Clinic and Spa Jember. Data were gathered by distributing questionnaire to 108 respondents with purposive sampling method. To analysis the data, this research used Structural Equation Modelling (SEM). The result of this analysis showed that marketing mix had positive significant effect on costumer purchasing decision, marketing mix had positive significant effect on costumer satisfaction. marketing mix had positive significant effect to trust, and purchasing decision had positive significant effect on costumer satisfaction.

Key Words: *marketing mix, purchasing decision, satisfaction.*

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Perawatan Kulit Wajah di J-klin *Beauty Clinic and Spa* Jember”. Tesis ini disusun guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Dua Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Tesis ini merupakan sebuah karya kecil yang diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi semua pihak yang membacanya. Penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Jember, Drs. Moh.Hasan, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Dr. M. Fathorrazi, S.E, Msi.
3. Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Jember dan sebagai Dosen Pembimbing Utama (DPU) yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan Tesis ini dapat terselesaikan.
4. Dr. Bambang Irawan, M.M selaku Dosen Pembimbing Anggota (DPA) yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan Tesis ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Hj. Diah Yulisetiarni, M.S, selaku Dosen penguji yang telah memberikan masukan untuk kesempurnaan Tesis ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
7. Papa, Mama yang telah banyak memberikan dukungan lahir batin dalam menyelesaikan Tesis ini.

8. Sahabat – sahabatku Magister Manajemen 2011 terima kasih atas segala kebersamaan selama ini dan kenangan yang tiada pernah terlupakan. Semoga kita semua menjadi orang yang berguna bagi orang lain dan dapat menggapai semua impian. Amien.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tesis ini belum sempurna. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penulisan. Semoga Tesis ini bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat luas. Amien.

Jember, Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Definisi Klinik Kecantikan	6
2.1.2 Fungsi Klinik Kecantikan	6
2.1.3 Pemasaran Jasa	6
2.1.3.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.3.2 Pengertian Jasa.....	7
2.1.3.3 Klasifikasi Jasa	7
2.1.3.4 Karakteristik Jasa.....	10
2.1.3.5 Bauran Pemasaran Jasa.....	11
2.1.3.6 Strategi Pemasaran Jasa.....	13

2.1.3.7 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3.8 Keputusan Pembelian	15
2.1.3.9 Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis	27
2.3.1 Kerangka Konseptual.....	27
2.3.2 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.1.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.1.2 Populasi dan Sampel.....	29
3.1.2.1 Populasi	29
3.1.2.2 Sampel	29
3.1.3 Definisi Operasional	30
3.1.3.1 Variabel Bebas (X)	30
3.1.3.2 Variabel Terikat (Y)	33
3.1.3.3 Penentuan Skor	33
3.1.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.1.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.1.4.2 Metode Pengumpulan Data	34
3.2 Pengujian Instrumen.....	34
3.2.2 Uji Validitas.....	34
3.2.2 Uji Reliabilitas	34
3.3 Teknik Analisis	35
3.3.1 Model Persamaan Struktural.....	38
3.3.2 Uji SEM.....	39
3.3.3 Uji Normalitas	39
3.3.3 Uji Multikolinearitas.....	40
3.3.3 Uji Outlier.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.2 Karakteristik Responden	48
4.3 Hasil Penelitian	50
4.3.1 Deskripsi Variabel	50

4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
4.3.2.1 Uji Validitas.....	60
4.3.2.2 Uji Reliabilitas.....	62
4.3.3 Uji Asumsi SEM.....	62
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	63
4.3.3.1 Uji Multikolinieritas.....	63
4.3.3.1 Uji Outliers.....	63
4.3.4 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	64
4.3.5 Pengaruh Antar Variabel.....	68
4.4 Pembahasan.....	70
4.4.1 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen....	70
4.4.2 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4.4.3 Pengaruh Keputusan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4.4.4 Keterbatasan Penelitian.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Tipe-tipe klasifikasi jasa	9
2.2 Kajian penelitian	26
3.3 Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> dalam SEM.....	43
4.1 Jumlah Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	49
4.2 Jumlah Responden Berdasarkan umur	49
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan pekerjaan.....	50
4.4 Analisis Deskriptif Skor Jawaban Responden.....	51
4.5 Hasil Uji Validitas.....	60
4.6 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.7 Indeks Kesesuaian SEM.....	66
4.8 Hasil Uji Kausalitas.....	67
4.9 Pengaruh Langsung Variabel	68
4.10 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel.....	69
4.11 Pengaruh Total Antar Variabel	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.2 Model Perilaku Konsumen Jasa.....	15
2.3 Konsep Kepuasan Konsumen	21
2.4 Proses Penanganan Keluhan	23
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian	26
4.1 Alamat J-klin <i>Beauty Clinic and Spa</i>	44
4.2 Proses Perawatan Kulit Wajah di J-klin.....	47
4.3 Contoh Perawatan tubuh <i>Body Massage</i>	48
4.4 Hasil Analisis SEM.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Untuk Responden	79
Lampiran 2	Skor Informasi Responden	83
Lampiran 3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	87
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	94
Lampiran 5	Hasil Analisis SEM	98
Lampiran 6	Tabel <i>Chi-Square</i>	120