



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA *FLEXY TRENDY*
DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

**Arief Januar Rizal
NIM. 070810201051**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA *FLEXY TRENDY*
DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh

**Arief Januar Rizal
NIM. 070810201051**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arief Januar Rizal
NIM : 070810201051
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA *FLEXY TRENDY*
DI KOTA JEMBER**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, Januari 2013

Yang menyatakan,

ARIEF JANUAR RIZAL

NIM. 070810201051

PENGESAHAN

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA *FLEXY TRENDY*
DI KOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Arief Januar Rizal
NIM : 070810201051
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

18 Maret 2013

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si :.....
NIP. 195910131988021001

Sekretaris : Gusti Ayu Wulandari, SE, MM :.....
NIP. 198309122008122001

Anggota : Dr. M. Dimyati, SE, M.Si :.....
NIP. 196704211994031008

Mengetahui,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 196306141990021001

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap
Kepuasan Konsumen Pengguna *Flexy Trendy*
Di Kota Jember.

Nama Mahasiswa : Arief Januar Rizal

NIM : 070810201051

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen pemasaran

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. M. Dimiyati, SE.,M.Si
NIP. 196704211994031008

Gusti Ayu Wulandari, SE, MM
NIP. 198309122008122001

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si
NIP.196610201990022001

Telah disetujui :

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran ALLAH SWT, atas bimbinganNya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sebagai rasa terima kasih yang tak terhingga, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayah dan ibu yang senantiasa membantu dalam motivasi dan doa.
2. Kakakku Soefhan Rizal (Alm.).
3. Dewi Nurselawati yang telah memerankan peran motivator dengan baik, terima kasih.
4. Dosen, karyawan tata usaha, dan almamater tercinta UNIVERSITAS JEMBER.

MOTTO

Hentikan imajinasimu, bahwa semua itu kamu dapat dengan gratis.

(Arief Januar Rizal)

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan obyek penelitian konsumen pengguna *flexy trendy* di kota Jember, dengan jumlah pengamatan terhadap 102 orang konsumen. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi konformatori linier berganda, dengan variable penelitian : produk, harga, personal, proses layanan, tempat, promosi, bukti fisik, dan kepuasan konsumen. Temuan dalam penelitian ini adalah bahwa : (1) Produk terbukti tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen; (2) Harga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen; (3) Personal terbukti tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen; (4) Proses layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen; (5) tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen; (6) Promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen; (7) Bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen; dan proses pelayanan merupakan variabel dengan pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: bauran pemasaran, kepuasan konsumen.

PRAKATA

Puji syukur atas kasih karunia Tuhan yang telah memberikan rahmat dan penyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis dalam bentuk skripsi berjudul PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENGGUNA *FLEXY TRENDY* DI KOTA JEMBER. Karya tulis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih yang tiada terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Mohammad Fathorrazi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M. Si selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE,M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Gusti Ayu Wulandari, SE, MM selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, petunjuk dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini .
5. Dosen beserta Staf Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember serta Perpustakaan POMA Ekonomi dan Perpustakaan Pusat.
6. Bapak Putu Waliana Yasa selaku *Commerce* TELKOM Flexy pada PT. TELKOM KANDATEL Jember serta seluruh karyawan PT. TELKOM KANDATEL Jember terima kasih atas waktu dan partisipasi Bapak Ibu sehingga penulis dapat melakukan penelitian pada perusahaan Bapak ibu hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Semua teman Manajemen yang telah menjadi rekan dalam kuliahku, terima kasih atas segala canda, motivasi, bantuan dan doanya.

8. Seluruh Pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi fisik maupun bahasanya, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis baik dalam teori maupun pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi Jember pada khususnya.

Jember, Januari 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 |
| ABSTRAKSI | viii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 3 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | 4 |
| 2.1 Landasan Teori | 4 |
| 2.1.1 Pemasaran | 7 |
| 2.1.2 Konsep Pemasaran..... | 5 |
| 2.1.3 Pemasaran Transaksional..... | 7 |
| 2.1.4 Pemasaran Relasional | 7 |
| 2.1.5 Pergeseran dari Transaksional ke Pemasaran Relasional .. | 8 |
| 2.1.6 Riset Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.7 Bauran Pemasaran | 10 |
| 2.1.8 Kepuasan Pelanggan..... | 14 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.2 | PenelitianTerdahulu | 16 |
| 2.3 | KerangkaKonseptual..... | 17 |
| BAB 3. METODE PENELITIAN | | 18 |
| 3.1 | Rancangan Penelitian..... | 18 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 18 |
| 3.3 | Identifikasi variabel | 20 |
| 3.4 | Definisi Operasional Variabel | 20 |
| 3.5 | Pengukuran Variabel Penelitian | 21 |
| 3.6 | Uji Instrumen Variabel | 22 |
| 3.7 | Metode Analisis | 23 |
| | 3.7.1 Uji Asumsi Analisis Konfirmatori..... | 23 |
| | 3.7.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori..... | 24 |
| 3.8 | Kerangka Pemecahan Masalah | 27 |
| BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 29 |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 29 |
| | 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 29 |
| | 4.1.2 Karakteristik Responden | 36 |
| | 4.1.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian..... | 37 |
| | 4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas | 45 |
| | 4.1.5 Uji Asumsi Analisis Konfirmatori | 49 |
| | 4.1.6 Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori | 50 |
| 4.2 | Pembahasan | 50 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 52 |
| 5.1 | Kesimpulan | 55 |
| 5.2 | Saran | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 57 |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| 2.1 Atribut dan Perubahan Konsep Pemasaran | 9 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| 4.1 Usia Rersponden..... | 36 |
| 4.2 Pekerjaan Responden..... | 36 |
| 4.3 Penilaian Responden Terhadap Produk..... | 37 |
| 4.4 Penilaian Responden Terhadap Harga..... | 38 |
| 4.5 Penilaian Responden Terhadap Personal..... | 39 |
| 4.6 Penilaian Responden Terhadap Proses | 40 |
| 4.7 Penilaian Responden Terhadap Tempat | 40 |
| 4.8 Penilaian Responden Terhadap Promosi | 41 |
| 4.9 Penilaian Responden Terhadap Bukti Fisik..... | 42 |
| 4.10 Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan | 43 |
| 4.11 Hasil Uji Validitas Indikator Produk | 45 |
| 4.12 Hasil Uji Validitas Indikator Harga..... | 45 |
| 4.13 Hasil Uji Validitas Indikator Personal..... | 45 |
| 4.14 Hasil Uji Validitas Indikator Proses | 45 |
| 4.15 Hasil Uji Validitas Indikator Tempat | 46 |
| 4.16 Hasil Uji Validitas Indikator Promosi | 46 |
| 4.17 Hasil Uji Validitas Indikator Bukti fisik | 46 |
| 4.18 Hasil Uji Validitas Indikator Kepuasan Pelanggan | 46 |
| 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Produk | 47 |
| 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Harga | 47 |
| 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Personal | 47 |
| 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Proses | 47 |
| 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Tempat | 48 |
| 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Promosi | 48 |
| 4.25 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Bukti Fisik..... | 48 |
| 4.26 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Kepuasan Pelanggan | 48 |

| | |
|--|----|
| 4.27 Uji Kesesuaian Model | 51 |
| 4.28 Hasil Pengujian Regresi dengan Analisis konfirmatori..... | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| 2.1 Kerangka Konseptual | 17 |
| 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah..... | 27 |
| 4.1 Struktur Organisasi | 35 |
| 4.2 Hasil Regresi Linier Berganda Konfirmatori | 50 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian..... | 60 |
| Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden..... | 65 |
| Lampiran 3. Analisis Deskriptif..... | 68 |
| Lampiran 4a. CFA Konstruk Produk..... | 84 |
| Lampiran 4b. CFA Konstruk Harga..... | 90 |
| Lampiran 4c. CFA Konstruk Personal..... | 96 |
| Lampiran 4d. CFA Konstruk Proses..... | 102 |
| Lampiran 4e. CFA Konstruk Tempat..... | 108 |
| Lampiran 4f. CFA Konstruk Promosi..... | 114 |
| Lampiran 4g. CFA Konstruk Bukti Fisik..... | 120 |
| Lampiran 4h. CFA Konstruk Kepuasan Pelanggan..... | 126 |
| Lampiran 5. Print Out Regresi..... | 132 |