



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DALAM BISNIS RESTORAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN KROSO
NIKMAT TAMBAH (KNT) JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

CITRA DEWI KW

NIM 040810201102

**S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2008

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi :Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Bisnis Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kroso Nikmat Tambah (KNT) Jember

Nama Mahasiswa : Citra Dewi Kusuma Wardani

NIM : 040810201102

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Bambang Irawan, MSi

Wiji Utami,SE, Msi

NIP. 131 759 835

NIP. 132 282 696

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Diah Yulistiari, M.Si

NIP. 131 624 474

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Citra Dewi Kusuma Wardani
NIM : 040810201102
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN DALAM BISNIS
RESTORAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
RUMAH MAKAN KROSO NIKMAT TAMBAH (KNT)
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 mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jember, 12 Mei 2008

Yang menyatakan,

Citra Dewi K.W

NIM. 040810201102

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN DALAM BISNIS RESTORAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN KROSO NIKMAT TAMBAH (KNT) JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : CITRA DEWI K.W

NIM : 040810201102

Jurusan : MANAJEMEN

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal :

13 Mei 2008

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dra. Diah Yulisetiari, M.Si :

NIP. 131 624 473

Sekretaris : Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si :

NIP. 132 086 413

Anggota : Drs. Bambang Irawan, MSi :

NIP. 131 759 835

Mengetahui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

Prof. Dr. H. Sarwedi, MM
NIP. 131 276 658

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini kupersembahkan untuk:

Bapakku IB Effendy dan ibuku Dwi Lestary yang telah memberikan doa,

kasih dan sayangnya tanpa akhir.....

Terima kasih.....

*Mbak Pungky, Mas Mul, Robby dan Vany ku yang paling aku
sayang.....*

Seseorang yang sangat kukasih Jeffri Ariyudha.....

MOTTO

**Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, sebelum
kaum itu merubah nasib mereka sendiri
(QS. Ar – Rad : 11)**

**Tidak perlu memikirkan jadi apa kelak
Tapi berpikirlah jadi apa kita hari ini
Masa depan ditentukan oleh hari ini
(Abdul Rochim, Soejitno Irmim)**

**Melihat orang yang aku sayangi tersenyum
Adalah kebahagiaan terbesarku
(my self)**

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Bisnis Restoran Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kroso Nikmat Tambah (KNT) Jember” . Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Kroso Nikmat Tambah (KNT) Jember. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan *Accidental Sampling* yaitu mengambil sampel dari responden yang kebetulan ada disana. Jumlah sampel yaitu 60 responden. Jumlah item pertanyaan penelitian sebanyak 15 pertanyaan, skala pengukuran menggunakan skala Likert. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Variabel bauran pemasaran yang digunakan adalah 7P yaitu produk (product), harga (price), promosi (promotion), tempat (place), proses (process), wiraniaga (people), bukti fisik (phisycal evidence). Penelitian ini menguji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen, dan variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kroso Nikmat Tambah (KNT) Jember.

Hasil penelitian membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti. Hipotesis dapat dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 44,626 > F_{tabel} sebesar 2,192, artinya secara simultan bauran pemasaran berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Kroso Nikmat Tambah (KNT) Jember. Berdasarkan uji t diperoleh t_{hitung} produk (X1) sebesar 2,690, t_{hitung} variabel harga sebesar 4,837, t_{hitung} variabel promosi sebesar 2,712, t_{hitung} variabel tempat sebesar 3.396, t_{hitung} variabel orang sebesar 4,423, t_{hitung} variabel proses sebesar 4,642, dan t_{hitung} variabel bukti fisik sebesar 2,893 dimana semua variabel ini memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ 2,007, maka bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan nilai correlation partial tertinggi yaitu sebesar 0,557, maka variabel haraga adalah variabel yang berpengaruh dominan.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tiada daya dan upaya tanpa pertolongan dan kemudahan dari-Nya

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya skripsi ini berkat bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sarwedi, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Ibu Dra. Dyah Yulisetiarni, M.Si, selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Bapak Drs. Bambang Irawan M.Si dan Ibu Wiji Utami SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, saran dan kritik yang membangun
4. bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmunya selama kuliah di Fakultas Ekonomi UNEJ.
5. Pimpinan dan karyawan Rumah Makan Kroso Nikmat Tambah (KNT) Jember, yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan dalam pengumpulan data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini.
6. Bapakku IB Effendy dan Ibuku Dwi Lestari yang selalu memberikan doa, kasih sayang, juga semangatnya....., ci kapan kamu lulus??
7. Mbak Pungky, Mas Mul dan adikku Robby yang selalu menyemangatiku dengan cintanya , juga vani ku yang selalu membuatku selalu tersenyum.
8. Seluruh Keluarga Besar Soewarni, terima kasih doa dan dukungannya.
9. Sahabatku yang paling TOP BGT *pacar n lope* yang mau mendengarkan semua keluh kesahku, dan selalu ada untuk aku.
10. Sayangku Jeffri Ariyudha yang selalu memberikan doa, cinta, dan semangatnya
”... cepat lulus ya...”
11. Semua teman-teman Manajemen '04 yang sudah memberikan masukan dan semangat.

12. Anak- anak kosan kelapa 2 yang TOP banget, sintuel, nyenil, anaho, kulin,bule,ime dan ayu yang selalu melihat ekspresi wajahku.

13. Semua pihak yang tidak dapat aku sebutkan satu-persatu yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak ketidak sempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari pembaca senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Jember,12 Mei 2008

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. Landasan Teori	4
2.1.1 Pemasaran dan Konsep Pemasaran	4
2.1.2 Konsep Jasa	5
2.1.3 Karakteristik Jasa	6
2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa	7
2.1.5 Kualitas Jasa	8
2.1.6 Harapan Pelanggan	10
2.1.7 Kepuasan Pelanggan dan Pengukurannya	11

2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Konseptual	16
2.4. Hipotesis	17
BAB III. METODE PENELITIAN	18
3.1. Rancangan Penelitian	18
3.2. Populasi dan Sampel	18
3.2.1 Populasi	18
3.2.2 Sampel	18
3.3. Jenis dan Sumber Data	19
3.4. Metode Pengumpulan Data	19
3.5. Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran	20
3.5.1 Definisi operasional variabel	20
3.5.2 Teknik Pengukuran	21
3.6. Uji Instrumen Penelitian	22
3.6.1 Uji Validitas	22
3.6.2 Uji Reliabilitas	22
3.7. Metode Analisis Data	23
3.7.1 Methods of Successive Interval (MSI)	23
3.7.2 Regresi Linier Berganda	24
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	25
3.7.4 Pengujian Hipotesis	26
3.8. Kerangka Alur Pemecahan Masalah	29
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1 Sejarah Singkat Objek Penelitian	31
4.1.2 Struktur Organisasi	31
4.1.3 Jadwal Kerja Karyawan	33
Karakteristik Responden	34
4.2.1 Kriteria Responden berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2.2 Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan/ Profesi	35

4.2.3	Kriteria Responden Berdasarkan Penghasilan	35
4.2.4	Kriteria Responden Berdasarkan frekuensi kunjungan	36
	Uji Instrumen	37
4.3.1	Uji Validitas	37
4.3.2	Uji Reliabilitas	38
	Analisis Regresi Linier Berganda	38
	Uji Asumsi Klasik	39
	Uji Hipotesis	41
4.6.1	Uji F	41
4.6.2	Uji t	43
4.6.3	Analisis Koefisien Determinasi Berganda	48
4.6.4	Analisis Koefisien Determinasi Parsial	49
	Pembahasan	50
	BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran	54
	DAFTAR PUSTAKA	56
	LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Tinjauan Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 4.1 Jadwal Kerja Karyawan Rumah Makan KNT	34
Tabel 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.4 Kriteria Responden Berdasarkan Penghasilan	36
Tabel 4.5 Kriteria Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	36
Tabel 4.6 Uji Validitas Instrumen Kinerja	37
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Instrumen Kinerja	38
Tabel 4.8 Hasil Regresi	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Tabel 4.11 Hasil Uji F	42
Tabel 4.12 Hasil Uji t	44
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda	48
Tabel 4.14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	4
Gambar 2.2 Model Konseptual Kualitas Pelayanan	10
Gambar 2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan	12
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual	16
Gambar 3.1 Kerangka Alur Pemecahan Masalah	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rumah Makan KNT Jember	32
Gambar 4.2 Kurva Normal Uji F	42
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji t Variabel Produk	44
Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji t Variabel Harga	45
Gambar 4.5 Kurva Hasil Uji t Variabel Promosi	45
Gambar 4.6 Kurva Hasil Uji t Variabel Tempat	46
Gambar 4.7 Kurva Hasil Uji t Variabel Orang	46
Gambar 4.8 Kurva Hasil Uji t Variabel Proses	47
Gambar 4.9 Kurva Hasil Uji t Variabel Bukti Fisik	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	58
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Kinerja	65
Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Harapan	67
Lampiran 4 Rekapitulasi Kinerja dengan Harapan	69
Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Penelitian	70
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	74
Lampiran 7 Hasil Perhitungan MSI	81
Lampiran 8 Data Analisis Regresi Linier Berganda	92
Lampiran 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	94
Lampiran 10 Hasil Uji Glejser	97
Lampiran 11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	99
Lampiran 12 Tabel Nilai r	103
Lampiran 13 Tabel Nilai F	104
Lampiran 14 Tabel Nilai t	105