



**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. Kakaku 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
<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>ix</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2 Landasan Teori .....</b>	<b>7</b>
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
<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>18</b>
<b>2.4 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>20</b>

<b>3.2 Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>20</b>
3.2.1 Jenis Data .....	20
3.2.2 Metode Pengumpulan Data .....	21
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>21</b>
3.3.1 Populasi .....	21
3.3.2 Sampel .....	21
<b>3.4 Identifikasi Variabel .....</b>	<b>22</b>
<b>3.5 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>23</b>
<b>3.6 Skala Pengukuran .....</b>	<b>25</b>
<b>3.7 Pengujian Instrumen .....</b>	<b>26</b>
3.7.1 Uji Validitas .....	26
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	26
<b>3.8 Metode Analisis Data .....</b>	<b>27</b>
3.8.1 Analisis Diskriminan .....	27
3.8.2 Uji Signifikansi .....	28
<b>3.9 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>31</b>
4.1.1 Sejarah Singkat Golden Market Jember .....	31
<b>4.2 Deskripsi Responden .....</b>	<b>32</b>
4.2.1 Karakteristik Responden .....	32
4.2.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	35
<b>4.3 Uji Instrumen Data .....</b>	<b>39</b>
4.3.1 Uji Validitas .....	39
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	40
<b>4.4 Analisis Diskriminan .....</b>	<b>41</b>
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
<b>4.5 Pembahasan .....</b>	<b>49</b>
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
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>54</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>54</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>54</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## 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 Kuisiomer

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