



**PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN  
(*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA PT RAMAYANA LESTARI SENTOSA TBK.  
CABANG GRESIK**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**ADAM EDISON**

**NIM. 010810201129**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2008**



**PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN  
(*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA PT RAMAYANA LESTARI SENTOSA TBK.  
CABANG GRESIK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

**OLEH:**

**ADAM EDISON**

**NIM. 010810201129**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2008**

## TANDA PERSETUJUAN

Judul skripsi : PENGARUH VARIABEL BAURAN  
PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT  
RAMAYANA LESTARI SENTOSA TBK  
GRESIK

Nama Mahasiswa : ADAM EDISON  
NIM : 010810201129  
Jurusan : MANAJEMEN  
Kosentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM

NIP. 131 624 473

Ika Barokah, SE, MM

NIP. 132 304 404

Ketua Jurusan,

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si

NIP. 131 624 474

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Adam Edison  
NIM : 010810201129  
Jurusan : MANAJEMEN  
Konsentrasi : M. Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN  
(*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA PT RAMAYANA LESTARI SENTOSA TBK CABANG  
GRESIK

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, 9 Juni 2008

Yang menyatakan,

Adam Edison  
NIM. 010810201129

## PERSEMBAHAN

*Skripsi ini saya persembahkan untuk :*

*Allah SWT Sang Penguasa Alam, serta Rasulullah SA W Nabi Pencerah  
Manusia;*

*Kedua orang tua tersayang, Ayahanda Muzayyin Uzair (Alm) dan Ibunda  
Layinah Fathoni (Alm) yang telah membeikan kasih sayang, pengorbanan,  
dan keteladanan yang tak pernah hapus selama ini;*

*Saudara-saudaraku kakanda Novi, kakanda Iyong, dan kakanda Agud yang  
selalu memberikan nilai persaudaraan dan kebersamaan dalam hidupku;*

*Seseorang yang telah menyempurnakan agamaku dengan ikhlas dan penuh  
tanggung jawab;*

*Almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Jember*

## MOTTO

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila telah selesai dari satu urusan, kerjakan dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Allah hendaknya engkau berharap  
(Terjemahan surat An Naryah ayat 6-8)*

*Sesungguhnya kami uji dengan suatu cobaan yaitu dengan ketakutan, kelaparan, dan kekurangan harta, manusia dan buah-buahan, dan berilah kabar gembira pada orang-orang yang sabar atas cobaan itu  
(Terjemahan surat Al Baqarah ayat 155)*

*Kesuksesan dan kemapanan seseorang dalam kehidupan bukanlah dilihat dari sebesapa besar materi yang dikumpulkan dan seberapa tinggi kekuasaan yang diraih, tetapi dilihat dari seberapa jauh mengetahui, menganalisa, dan menyelesaikan permasalahan hidup dengan ketenangan hati  
(Adam E Uzair)*

*Seseorang dapat meningkatkan derajat dirinya ketika ada kemauan untuk terus belajar dan mencari ilmu, seseorang dapat meningkatkan martabat ketika ada hati nurani yang bersih dan suci  
(Adam E Uzair)*

*Jangan tinggalkan pulang, kalau tiada kau menang, walau mayat terkapar di medan juang  
(Mars HMI)*

## ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Gresik” ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun parsial.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yaitu suatu metode penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai situasi atau kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data, memberikan gambaran, terhadap fenomena-fenomena penelitian berdasarkan pada data primer yang diambil dari kuesioner pada responden (konsumen Ramayana *departemen Store* Gresik) yang ada dan tersedia pada obyek penelitian.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *crombach alpha*, metode MSI (*Methods of Successive Internal*), regresi berganda, uji asumsi klasik, uji F, dan uji t..

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, fasilitas fisik, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan perhitungan uji F menghasilkan  $F_{hitung}$  65,317 lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,18. Dan hasil dari nilai koefisien determinan berganda terdapat faktor variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, fasilitas fisik, dan pelayanan dapat menjelaskan variasi variable terikat yaitu kepuasan konsumen pada Ramayana *Departement Store* cabang Gresik sebesar 92.7 % dan sisanya 7.3 % dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dan puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan sekalian alam yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta taufikNya sehingga penulis tetap dapat menjalankan perjalanan kehidupan dengan islam, iman, dan ikhsan sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh perjuangan. Tidak lupa shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada nabi besar Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan kepada umat manusia di dunia dengan ajaran Islamnya.

Skripsi merupakan karya ilmiah dari penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Dalam penyusunan sampai dengan terselesainya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing, serta memberi semangat baik secara spiritual maupun material kepada penulis. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penuls mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sarwedi, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember,
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, Msi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember,
3. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM, selaku dosen pembimbing I tarima kasih atas bimbingannya dan waktunya,
4. Ibu Ika Barokah SE, MM, selaku dosen pembimbing II tarima kasih atas bimbingannya dan nasehatnya selama ini,
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan bekal pengetahuan dan wawasan tentang ilmu ekonomi dan terapannya,
6. Kakak-kakakku Mas Yazid dan Mbak Novi, Mas Iyong, Mas agud dan Mbak Rhara, terima kasih atas do'a, nasehat dorongan serta kasih sayang selama ini yang tak bisa digantikan dengan apapun,



7. Bapak Ir. Aunur Rofiq, MM, tarima kasih telah memberikan kepercayaan dan kesempatan atas fasilitas pendanaan selama menempuh pendidikan tinggi,
8. Kelurga besar Bani Khafid, Budhe Im dan Pak Akib, om Ir Herman dan tante Is, tante Yum, tante Ir Matul, om Ir Farid dan tante Heni, om dr Didi dan tante Endah, om Ir Nizam dan tante Neneng, tarima kasih telah mencurahkan kasih sayang dan tanggung jawabnya,
9. Ruli Ernawati, Amd, (temanku, sahabatku, saudari sejatiku dalam senang maupun duka, serta penyempurna agamaku), tarima kasih telah memberikan perhatian, dorongan, dan motivasinya,
10. Bapak Drs. Maulana Surya Kusumah, M.si, dan ibu Drs Dyah Maulana, tarima kasih telah atas kritik dan nasehat, serta tempat tinggal selama menyusun skripsi,
11. Saudara-saudaraku senasib seperjuangan dalam naungan bulan bintang, kakanda-kakanda (Erfan, Khodim, Amrul), kepengurusan 2004-2005 (Roni, Dani, Aris, Doni, Bagas, Rudi, Tutut, Irma, Titik, Wita, Riska,dll), rekan-rekan (Andre, Rizal, Jamal, Nilam, Iim, May) serta lainnya yang tidak bisa saya sebutkan semuanya, yang telah memberikan pengetahuan tentang arti sebuah kehidupan dalam pembentukan karakter,
12. Ariif Wicaksono, SE, kawan senasib dan seperjuangan sampai titik darah penghabisan, terima kasih atas kebersamaannya,
13. Rekan-rekan dalam My Management Group, Benny, Anton, Andre, Etty, Adi, Teguh, dan yang pernah ada didalamnya, yang telah memberikan pengalaman tersendiri dalam implementasi praktis dunia bisnis,
14. Semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu.

Jember, Mei 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	5
2.2 Konsep Pemasaran .....	6
2.3 Komponen-Komponen Utama Pemasaran .....	7
2.4 Bauran Pemasaran Jasa .....	8
2.5 Perilaku Konsumen .....	11
2.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	12
2.7 Proses Keputusan Membeli .....	14
2.8 Tingkat Kepuasan Konsumen .....	15

2.9 Pengertian Bauran Ritel dan Unsur-Unsurnya .....	16
2.10 Fungsi dan Jenis Ritel .....	19
2.11 Penelitian Sebelumnya .....	19
2.12 Kerangka Konseptual .....	20
2.13 Hipotesis .....	21
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	22
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	22
3.2.1 Jenis Data .....	22
3.2.2 Sumber Data .....	23
3.3 Populasi dan Sampel .....	23
3.3.1 Populai .....	23
3.3.2 Sampel .....	23
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian .....	24
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	24
3.6 Teknik Pengukuran Variabel .....	26
3.7 Metode Analisis Data .....	27
3.7.1 Uji Validitas .....	27
3.7.2 Uji Reliabelitas .....	28
3.7.3 MSI ( <i>Methods of Successive Internal</i> ) .....	28
3.7.4 Analisis Regresi Berganda .....	29
3.7.5 Uji Asumsi Klasik .....	30
3.7.6 Uji F .....	31
3.7.7 Uji t .....	32
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah .....	33
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	35
4.1.1 Sejarah Singkat Ramayana <i>Departement Store</i> .....	35
4.1.2 Promosi dan Struktur Saham .....	36
4.1.3 Visi dan Misi Ramayana <i>Departement Store</i> .....	37
4.1.4 Struktur Organisasi Ramayana <i>Departement Store</i> Gresik .	38

4.1.5 Lokasi Ramayana <i>Departement Store</i> Gresik .....	41
4.1.6 Shift pada Ramayana <i>Departement Store</i> Gresik .....	41
4.2 Karakteristik Responden .....	41
4.3 Analisis Deskriptif .....	44
4.4 Analisis Data .....	52
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabelitas .....	52
4.4.2 Analisis Regresi Berganda .....	54
4.4.3 Uji Asumsi Klasik .....	56
4.4.4 Pengujian Secara Berama-Sama (Uji F) .....	58
4.4.5 Koefisien Determinan Berganda .....	59
4.4.6 Pengujian Secara Parsial .....	60
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
4.5.1 Pengaruh secara Simultan .....	64
4.5.2 Pengaruh Secara Parsial .....	65
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
5.1 Simpulan .....	68
5.2 Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	42
Table 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jarak .....	43
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Berbelanja .....	44
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Produk .....	44
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Harga .....	45
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Lokasi .....	46
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Promosi .....	47
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Orang .....	47
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Proses .....	48
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Fasilitas Fisik ....	49
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Pelayanan .....	49
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen .....	51
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas .....	52
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4.17 <i>Collinearity Statistic</i> .....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Glejser</i> .....	57
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Uji F .....	58

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Saluran Tradisional .....	17
Gambar 2.2 VMS ( <i>Vertical Marketing System</i> ) .....	18
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 3.1 Alur Kerangka Pemecahan Masalah .....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Ramayana <i>Departement Store</i> Gresik .....	38
Gambar 4.2 Kurva Normal Pengujian signifikansi dengan <i>F-test</i> .....	59
Gambar 4.4 Kurva Normal <i>t-test</i> untuk Variabel Produk .....	60
Gambar 4.5 Kurva Normal <i>t-test</i> untuk Variabel Harga .....	61
Gambar 4.6 Kurva Normal <i>t-test</i> untuk Variabel Lokasi .....	61
Gambar 4.7 Kurva Normal <i>t-test</i> untuk Variabel Promosi .....	62
Gambar 4.8 Kurva Normal <i>t-test</i> untuk Variabel Orang .....	62
Gambar 4.9 Kurva Normal <i>t-test</i> untuk Variabel Proses .....	63
Gambar 4.10 Kurva Normal <i>t-test</i> untuk Variabel Fasilitas Fisik .....	63
Gambar 4.11 Kurva Normal <i>t-test</i> untuk Variabel Pelayanan .....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Distribusi Frekuensi Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 : Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser
- Lampiran 8 : Hasil MSI