

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap

Kepuasan Konsumen

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Blackberry Di Unika Widya Mandala
Madiun)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Diajukan Oleh

Hesti Indra Cahyani

51410017

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
2014**

Skripsi berjudul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN**

**(Studi Pada Mahasiswa pengguna Blackberry di UNIKA Widya Mandala
Madiun)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Hesti Indra Cahyani (NIM: 51410017)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun guna melengkapi sebagai tugas dan
memenuhi syarat – syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program

Studi Manajemen

Madiun, 23 Oktober 2014

Disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I

Dra Dyah Kurniawati, M.Si

Pembimbing II

Carolina Yulia Tri P, S.E.

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi

Widya Mandala Madiun



Sri Rustyaningsih, S.E., M.Si., Ak

Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Widya Mandala Madiun



Veronika Agustini S., S.E., M.Si

Skripsi berjudul

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN

KONSUMEN

(Studi Pada Mahasiswa pengguna Blackberry di UNIKA Widya Widya

Mandala Madiun)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

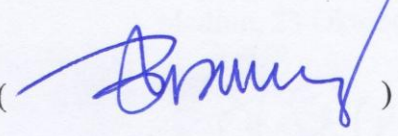
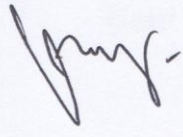

Hesti Indra Cahyani

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun guna melengkapi sebagai tugas dan memenuhi syarat – syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program

Studi Manajemen

Madiun, 23 Oktober 2014

Tim penguji skripsi

1. Veronika Agustini S., S.E., M.Si	()
(Ketua)	
2. Vivi Ariyani, S.E., M.Sc	()
(Anggota)	
3. Dra Dyah Kurniawati, M.Si	()
(Anggota)	

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang saya tulis dengan judul : **Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Empiris: Pada Mahasiswa pengguna Blackberry di UNIKA Widya Widya Mandala Madiun)** tidak memuat karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jikalau ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal dan gelar kesarjanaan saya dicabut serta hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 23 Oktober 2014



Hesti Indra Cahyani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“... Allah akan meninggikan orang beriman di antaramu dan orang – orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat ...” (QS. Al-Mujaadilah Ayat 11)

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan : Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh – sungguh (urusan) yang lain” (QS. Asy Syarh Ayat 6 dan 7)

“ Jadilah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang – orang yang sabar “ (QS. Al Baqarah Ayat 153)

“Pengetahuan, Kejujuran, Kesetiaan, dan Kesabaran adalah Kunci segala kebaikan yang tak ternilai harganya”

Persembahan

1. Allah SWT.
2. Bapak (Suwadi), dan Ibu (Sri Karyani) yang sangat kucintai, dan kuhormati.
3. Kedua Kakakku (Elida Safyana dan Lucia Liliana) yang sangat kusayangi.
4. Kekasihku (Falling Cery).
5. Dosen dan Alamamaterku.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pada Mahasiswa pengguna Blackberry di UNIKA Widya Mandala Madiun. Penelitian ini menggunakan empat variabel independen produk, harga, promosi dan saluran distribusi dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan diimplementasikan kepada 100 konsumen pengguna Blackberry di UNIKA Widya Mandala Madiun dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Hasil uji t menunjukkan t_{hitung} bauran pemasaran yang meliputi produk (0,195), harga (5,858), promosi (1,290), dan saluran distribusi (2,176). Artinya variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan ($F_{hitung} 17,501 > F_{tabel} 2,467$) artinya variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan bauran pemasaran agar konsumen puas.

Kata Kunci : *produk, harga, promosi, saluran distribusi, dan kepuasan konsumen.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah kupersembahkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan-persyaratan guna memperoleh gelar sarjana (S-1) Ekonomi Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penulisan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapatkan, arahan, serta bimbingan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang telah berjasa membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan karunia-Nya.
2. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan bersedia memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Carolina Yulia TP, SE. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan bersedia memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Ekonomi UNIKA Widya Mandala Madiun yang telah memberikan ilmu manajemennya padaku.

5. Untuk Bapak (Suwadi), Ibu (Sri Karyani), Nenek (Karmi), dan Kedua Kakakku (Elida Safyana dan Lucia Liliana) yang telah memberikan dukungan, perhatian, kasih sayang, fasilitas serta doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk kedua keponakanku (Syafira Azzahra Sofyana Putri dan Rajula Azam Sadewa) yang telah memberikan keceriaan sebagai penghibur Tante saat jenuh.
7. Kekasihku (Falling Cery) yang selalu memberikan semangat dan perhatian.
8. Untuk teman – teman manajemen angkatan 2010 dan semua teman – teman di UNIKA Widya Mandala Madiun yang telah membantu proses penelitian Skripsi ini.
9. Untuk semua orang yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung sekali lagi saya ucapkan terima kasih.

Akhirnya penulis menyadari sepenuhnya segala kekurangan yang ada sehingga saran dan kritik sangat diharapkan untuk proses penyempurnaan Skripsi ini.

Madiun, 23 Oktober 2014

Hesti Indra Cahyani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan Laporan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS....	9
A. Telaah Teori.....	9
1. Pemasaran.....	9
a. Fungsi Pemasaran.....	10

2. Bauran Pemasaran.....	11
a. Produk.....	11
b. Harga.....	12
c. Promosi.....	14
d. Saluran Distribusi.....	15
3. Kepuasan Konsumen.....	16
4. <i>Handphone</i>	19
a. Pengertian <i>Handphone</i>	19
b. Fungsi <i>Handphone</i>	20
c. Blackberry.....	21
B. Pengembangan Hipotesis.....	22
1. Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	22
2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	23
3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	25
4. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
5. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
C. Kerangka Pemikiran Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Desain Penelitian.....	29
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	30
1. Variabel Penelitian.....	30

2. Definisi Variabel dan Indikator Pengukuran Variabel.....	31
a. Produk.....	31
b. Harga.....	31
c. Promosi.....	31
d. Saluran Distribusi.....	32
e. Kepuasan Konsumen.....	32
D. Instrumen Penelitian.....	33
E. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
F. Jenis dan Sumber Data.....	33
1. Uji Validitas.....	34
2. Uji Reliabilitas.....	34
G. Teknik Analisis Data.....	34
1. Uji Asumsi Klasik.....	34
a. Uji Normalitas.....	34
b. Uji Autokorelasi.....	35
c. Uji Heterokedastisitas	36
d. Uji Multikolinieritas	36
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	37
H. Uji Hipotesis.....	38
a. Uji t.....	38
b. Uji F.....	39
BAB VI ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41

A. Data Penelitian.....	41
1. Gambaran Umum Produk Blackberry.....	41
2. Gambaran Umum UNIKA Widya Mandala Madiun.....	42
3. Gambaran Umum Responden.....	44
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	45
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	45
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	46
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Blackberry.....	47
B. Deskripsi Variabel – Variabel Hasil Penelitian.....	47
1. Persepsi Responden Mengenai Produk.....	47
2. Persepsi Responden Mengenai Harga.....	49
3. Persepsi Responden Mengenai Promosi.....	50
4. Persepsi Responden Mengenai Saluran Distribusi.....	51
5. Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Konsumen.....	52
C. Instrumen Penelitian.....	54
1. Uji Validitas.....	54
2. Uji Reliabilitas.....	55
1. Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Hasil Uji Normalitas.....	56
b. Hasil Autokorelasi.....	57
c. Hasil Uji Heterokedastisitas	58

d. Hasil Uji Multikolinearitas	59
2. Analisis Regresi Linier.....	59
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	62
D. Uji Hipotesis.....	62
a. Uji t.....	62
b. Uji F.....	66
E. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	46
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk Blackberry.....	47
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Produk.....	48
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	49
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Saluran Distribusi.....	52
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi.....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi R^2	62
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian Hipotesis.....	28
Gambar 3.1 Gambar Uji t.....	39
Gambar 3.1 Gambar Uji F.....	40
Gambar 4.1 Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot	56
Gambar 4.2 Ujin Autokorelasi.....	57
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	58
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Produk.....	63
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Harga.....	64
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Promosi.....	65
Gambar 4.7 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Saluran Distribusi.....	66
Gambar 4.8 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Uji F.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Primer

Lampiran 3 Uji Kualitas Data

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 Regresi dan Pengujian

Lampiran 6 Tabel r , Durbin-Watson (D-W), t dan F