

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, LOKASI,
DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA
MOTOR YAMAHA DI KELURAHAN PINTU AIR PANGKALPINANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

NAMA : PUTRA ABDILLAH

NIM : 3021511067

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**

2020



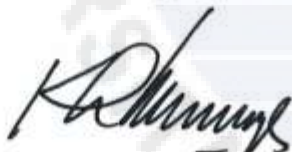
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

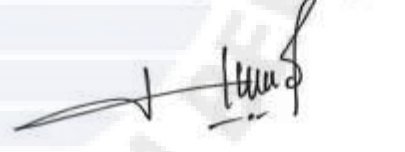
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Putra Abdillah
NIM : 3021511067
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : “Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi) terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang”

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP.197903152012121005


Christianingrum, S.Pd., M.M.
NIP. 198704022014042001

Balunijuk, 10 Febuari 2020
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Hamsani, S.E., M.Sc
NP. 506906008



PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA DI KELURAHAN PINTU AIR PANGKALPINANG

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Putra Abdillah
Nomor Induk Mahasiswa : 302 15 11067

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 07 Febuari 2020 dan
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dewan Penguji :

Ketua

Dr. Hamsani, S.E., M.Sc.
NP. 506906008

Anggota

Dony Yanuar, S.E., M.M.
NP. 107408040

Anggota

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP.197903152012121005

Anggota

Christianingrum, S.Pd., M.M.
NIP. 198704022014042001

Balunujuk, 10 Febuari 2020
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP. 507206007



Dr. Hamsani, S.E., M.Sc.
NP. 506906008

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi) terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang”**, ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Balunjuk , 10 Februari 2020

Penulis



Putra Abdillah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

ALLAH tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya (Q.S AL-BAQARAH: 286)

Dan ALLAH bersama orang-orang yang sabar (Q.S Al-Anfal: 66)

PERSEMBAHAN

1. ALLAH SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya.
2. Kepada Ayah (Alm) dan Ibu tercinta atas segala doa, dukungan, pengorbanan baik moral maupun materil, semangat, motivasi, untuk keberhasilan dan kesuksesan penulis.
3. Semua dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan serta etika yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Bangka Belitung.
4. Kepada semua teman-teman manajemen 2 angkatan 2015, serta teman-teman sesama fakultas ekonomi angkatan 2015.
5. Bapak Oyik dan Ibu Marina selaku staf CV Sumber Jadi Pangkalpinang yang telah mengizinkan saya untuk pengambilan data penelitian di CV Sumber Jadi Pangkalpinang.
6. Pegawai Samsat Pangkalpinang yang telah mengizinkan penulis dalam pengambilan data penelitian.

ABSTRACT

Putra Abdillah. 302 15 11 067. *The effects of Marketing Mix (Product, Price, place, and Promotion) on Customer Satisfaction of Yamaha Bikes in Kelurahan Pintu Air pangkalpinang.*

This research is motivated by data of AISI in 2018 which informed that Yamaha bike sales were ranked second among others, but previously Yamaha had been a market leader in 2007 – 2009. It is indicated by the low customer satisfaction, especially in Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang due to the marketing mix applied by the company.

This research used a quantitative descriptive method with a population of 450 people and a sample of 212 people. A purposive sampling method used to obtain the sample. The independent Variable are Product, price, location, and promotion, while the dependent variable is customer satisfaction. The method of Analysis used multiple linear regression analysis.

The descriptive analysis result on variables with a mean value of product variable at 4.30, price at 4.08, places at 3.30, promotions at 4.02 based on the average score at intervals of 3.41-4.20. The results of the research product variable obtained $t\text{-count} (3,669) > t\text{-table} (1,971)$, price variable obtained $t\text{-count} (27,658) > t\text{-table} (1,971)$, place variable obtained $t\text{-count} (1,641) > t\text{-table} (1,971)$, promotion variable obtained $t\text{-count} (5,125) > t\text{-table} (1,971)$. The result showed that the product, price, and promotion have a partially positive and significant effect on customer satisfaction, while the place has no positive and significant effect. The four variables simultaneously have a positive but not significant effect with the F test result which show that $f\text{-count} (3.376) > f\text{-table} (2.42)$. the coefficient of determination shows that the product, price, place, and promotion affect customer satisfaction by 43%.

Keywords : Product, Price, Place, Promotion, Customer satisfaction

ABSTRAK

Putra Abdillah. 302 15 11 067 .Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi) terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh data AISI (2018) yang menjelaskan bahwa penjualan motor Yamaha berada pada urutan kedua, namun sebelumnya Yamaha pernah menjadi *market leader* pada tahun 2007 - tahun 2009. Hal tersebut diindikasikan oleh rendahnya kepuasan konsumen terutama di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang yang disebabkan oleh bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan Yamaha.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah populasi sebanyak 450 orang dengan sampel berjumlah 212 orang. Pengambilan sample menggunakan metode *purposive sampling*. Variabel bebas yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi, sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Metode analisis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis deskriptif pada variabel dengan nilai mean variabel produk sebesar 4,03, harga sebesar 4,08, lokasi sebesar 3,30, promosi sebesar 4,02 yang berdasarkan rata-rata skor berada pada interval 3,41 - 4,20. Hasil penelitian variabel produk diperoleh $t_{hitung}(3,669) > t_{tabel}(1,971)$, variabel harga diperoleh $t_{hitung}(27,658) > t_{tabel}(1,971)$, variabel lokasi diperoleh $t_{hitung}(1,641) > t_{tabel}(1,971)$, variabel promosi diperoleh $t_{hitung}(5,125) > t_{tabel}(1,971)$. Hal ini berarti produk, harga, dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan keempat variabel berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan diperoleh hasil uji F yang menunjukkan bahwa $f_{hitung}(3,376) > f_{tabel}(2,42)$. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi dan promosi mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 43%.

Kata kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Pertama-tama Penulis ingin mengucapkan Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha ESA yang tiada hentinya memberikan rahmat, anugerah, berkat, serta hidayah-Nya kepada Penulis, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi) Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Yamaha Di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang” untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Bangka Belitung.

Dalam penyelesaian penelitian ini, tidak bisa lepas dari bantuan-bantuan dari orang-orang di sekitar Penulis yang terus memberikan dukungan dan dorongan kepada Penulis. Maka dari itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Dr. Reniati, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Dr. Hamsani, S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Khairiyansyah, S.E., M.M. sebagai Pembimbing I, yang terus membantu Penulis dalam menyelesaikan penelitiannya dan tidak letih-letihnya memberikan pengarahan kepada Penulis dalam melakukan penelitian ini. Meskipun beliau sangat sibuk tetapi selalu ada waktu yang diluangkan untuk Penulis dalam memberikan bimbingan.

5. Christianingrum, S.Pd., M.M. Pembimbing II yang selalu mau membantu Penulis dan membimbing Penulis dengan sabar dalam menyelesaikan penelitiannya.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Pengajar di FE UBB khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi Penulis.
7. Keluarga yang selalu mendorong dan terus memberikan semangatnya agar Penulis cepat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Penulis sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna karena banyaknya keterbatasan yang dimiliki oleh Penulis sebagai manusia. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari teman-teman pembaca untuk membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik lagi. Penulis juga mohon maaf apabila ada kata-kata dalam penelitian ini yang kurang berkenan di hati pembaca. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh Penulis.

Balunujuk, 10 Februari 2020

Penulis,



Putra Abdillah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Konsep Pemasaran	16
2.1.1 Pemasaran	16

2.1.2 Manajemen Pemasaran	17
2.2 Konsep Kepuasan Konsumen	17
2.2.1 Kepuasan Konsumen	17
2.2.2 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	18
2.2.3 Dimensi Kepuasan Konsumen	19
2.3 Konsep Bauran Pemasaran	20
2.4 Konsep Produk (<i>Product</i>)	21
2.4.1 Produk (<i>Product</i>)	21
2.4.2 Dimensi Produk (<i>Product</i>)	21
2.5 Konsep Harga.....	22
2.5.1 Harga (<i>Price</i>)	22
2.5.2 Dimensi Harga (<i>Price</i>).....	23
2.6 Konsep Lokasi (<i>Place</i>)	23
2.6.1 Lokasi (<i>Place</i>)	23
2.6.2 Dimensi Lokasi (<i>Place</i>)	24
2.7 Konsep Promosi (<i>Promotion</i>)	25
2.7.1 Promosi (<i>Promotion</i>)	25
2.7.2 Dimensi Promosi (<i>Promotion</i>)	25
2.8 Penelitian Terdahulu	27
2.9 Kerangka Pemikiran.....	30
2.9.1 Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.9.2 Pengaruh Harga terhadap KepuasanKonsumen.....	31
2.9.3 Pengaruh Lokas iterhadap Kepuasan Konsumen.....	32

2.9.4 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	32
2.9.5 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.10 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi Penelitian.....	36
3.3.2 Sampel Penelitian.....	36
3.4 Metode Pengumpulan data	37
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	37
3.4.4.1 Data Primer	37
3.4.4.2 Data Sekunder	38
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.5.1 Definisi Operasional	39
3.5.2 Pengukuran Variabel.....	41
3.6 Metode Analisis Data	42
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif.....	42
3.6.2 Instrumen Penelitian	42
3.6.2.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2.2 Uji Realibilitas.....	43
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	43

3.6.3.1 Uji Normalitas	43
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	44
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	44
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.6.5 Uji Hipotesis	45
3.6.5.1 Analisis Uji Parsial (Uji T)	45
3.6.5.2 Uji Simultan (Uji F)	46
3.6.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Profil Yamaha CV. Sumber Jadi Pangkalpinang	48
4.1.2 Visi dan Misi Yamaha CV. Sumber Jadi Pangkalpinang	49
4.1.2.1 Visi	49
4.1.2.1 Misi.....	49
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian	49
4.2.1 Hasil Karakteristik Responden	49
4.2.2 Hasil Deskriptif Variabel	52
4.3 Hasil Analisis Data	71
4.3.1 Uji Validitas	71
4.3.2 Uji Reliabilitas	72
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.4.1 Uji Normalitas.....	73
4.4.2 Uji Multikolinearitas	75

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	78
4.6 Pengujian Hipotesis	80
4.6.1 Uji Parsial (Uji T)	80
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	83
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.7 Pembahasan	85
4.7.1 Gambaran Umum Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap kepuasan konsumen	86
4.7.2 Pengaruh Produk terhadapKepuasan Konsumen	87
4.7.3 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	89
4.7.4 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.....	92
4.7.5 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	94
4.7.6 Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap kepuasa konsumen.....	96
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Nama Dealer dan Jenis Dealer Yamaha Pangkalpinang.....	2
Tabel I.2 Hasil Penjualan Motor di Indonesia Tahun 2018	3
Tabel I.3 Hasil Survey Awal Tentang Kepuasan Pengguna Motor Yamaha Kota Pangkalpinang.....	4
Tabel I.4 Hasil Survey Awal Konsumen Tentang Produk terhadap Kepuasan Pengguna Motor Yamaha Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang	6
Tabel I.5 Hasil Survey Awal Konsumen Tentang Harga terhadap Kepuasan Pengguna Motor Yamaha Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang	7
Tabel I.6 Hasil Survey Awal Konsumen Tentang Lokasi terhadap Kepuasan Pengguna Motor Yamaha Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang	9
Tabel I.7 Hasil Survey Awal Konsumen Tentang Promosi terhadap Kepuasan Pengguna Motor Yamaha Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang	10
Tabel II.1 Deskripsi Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel III.2 Skala Pengukuran Variabel.....	42
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Perbulan.....	51
Tabel IV.4 Indikator Jenis Produk	52
Tabel IV.5 Indikator Rancangan Produk	53
Tabel IV.6 Indikator Spesifikasi Mesin	53

Tabel IV.7 Indikator <i>Sparepart</i> Produk	54
Tabel IV.8 Indikator Model	54
Tabel IV.9 Indikator Warna	55
Tabel IV.10 Rekapulasi Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Produk.....	55
Tabel IV.11 Indikator Harga Terjangkau.....	56
Tabel IV.12 Indikator Harga yang Diberikan Standar	56
Tabel IV.13 Indikator Diskon Pembelian	57
Tabel IV.14 Indikator Diskon Pada <i>Event</i> Tertentu.....	57
Tabel IV.15 Indikator Pelayanan Administrasi Pembayaran.....	58
Tabel IV.16 Indikator Kemudahan Untuk Pembayaran Barang Secara Kredit	58
Tabel IV.17 Rekapulasi Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Harga.....	59
Tabel IV.18 Indikator Daerah yang Mendukung	59
Tabel IV.19 Indikator Lingkungan yang Kondusif.....	60
Tabel IV.20 Indikator Luas	60
Tabel IV.21 Indikator Aman	61
Tabel IV.22 Indikator Mudah Dilalui	61
Tabel IV.23 Indikator Mudah Dijangkau.....	62
Tabel IV.24 Rekapulasi Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Lokasi.....	62
Tabel IV.25 Indikator Media Elektronik.....	63

Tabel IV.26 Indikator Spanduk.....	63
Tabel IV.27 Indikator Ramah Tamah	64
Tabel IV.28 Indikator Pelayanan	64
Tabel IV.29 Indikator Pemberian Sumbangan.....	65
Tabel IV.30 Indikator Sponsor.....	65
Tabel IV.31 Rekapitulasi Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Promosi	66
Tabel IV.32 Indikator Melakukan Pembelian Ulang	66
Tabel IV.33 Indikator Tidak Menyesal.....	67
Tabel IV.34 Indikator Bauran Pemasaran.....	67
Tabel IV.35 Indikator Sesuai Kebutuhan.....	68
Tabel IV.36 Indikator Hubungan Baik dengan Konsumen.....	68
Tabel IV.37 Indikator Merekomendasikan Dengan Orang Lain	69
Tabel IV.38 Rekapitulasi Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan Konsumen.....	69
Tabel IV.39 Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel	70
Tabel IV.40 Hasil Uji Validitas	71
Tabel IV.41 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel IV.42 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel IV.43 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel IV.44 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel IV.45 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel IV.46 Hasil Analisis Uji Parsial (Uji T).....	81

Tabel IV.47 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	84
Tabel IV.48 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar IV.1 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar IV.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Gambar IV.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Perbulan.....	52
Gambar IV.4 Grafik Histogram	73
Gambar IV.5 Hasil Uji Normal P-P Plot.....	74
Gambar IV.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 2 Tabulasi Jawaban Responden
- LAMPIRAN 3 Gambaran Umum
- LAMPIRAN 4 Hasil Output SPSS (Statistik Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linear Berganda Uji T, Uji F, Uji Beda Paired Sample T-Test, Analisis Koefisien Determinasi)
- LAMPIRAN 5 Uji Asumsi Klasik
- LAMPIRAN 6 Daftar Riwayat Hidup
- LAMPIRAN 7 Surat Keterangan Riset
- LAMPIRAN 8 Surat UPT Bahasa (Abstrak)
- LAMPIRAN 9 Hasil Test TOEFL
- LAMPIRAN 10 Kartu Bimbingan Skripsi
- LAMPIRAN 11 Kartu Menonton Seminar
- LAMPIRAN 12 Formulir Plagiasi
- LAMPIRAN 13 Hasil Plagiasi