

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI PAUW'S KOPITIAM SUNGAILIAT  
KABUPATEN BANGKA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**NAMA : ANDAI YANI  
NIM : 302 10 21 017**

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

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2015**



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Andai Yani  
NIM : 302 1021 017  
Program Studi : Manajemen  
Judul Proposal : Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pauw's Kopitiam Sungailiat Kabupaten Bangka

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

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

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

BalunIjuk, September 2015  
Ketua Jurusan Manajemen

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

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PAUW'S KOPITIAM  
SUNGAILIAT KABUPATEN BANGKA**


Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh: Andai Yani  
Nomor Induk Mahasiswa: 302 10 21 017

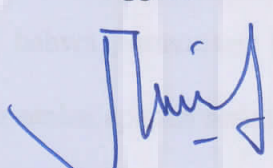
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 18 September 2015 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

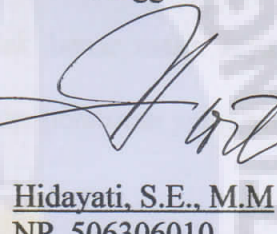
Ketua

Anggota

Anggota

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

  
Erwin, S.E., M.M., Ph.D  
NP.506507013

  
Hidayati, S.E., M.M  
NP. 506306010

Balun Ijuk, 18 September 2015  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Dekan

Ketua Jurusan Manajemen

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

  
Khairiyansyah, SE., M.M.  
NIP. 197903132012121005

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

MOTTO

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pauw’s Kopitiam Sungailiat Kabupaten Bangka”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana 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 di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Balunijuk, September 2015

Penulis



Andai Yani

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*"Hargailah sesuatu di sekitarmu, maka kamu akan tahu dan merasakan betapa bernilai dan berharganya manfaat dari itu."*

*"Kesuksesan itu adalah pilihan yang ditentukan oleh dirimu sendiri"*

*"Ketika kita menghadapi kesulitan dan tidak menyerah, itulah kekuatan kita."*

**#UNKNOWN**

*"Cobalah untuk tidak menjadi orang Sukses, tapi jadilah sebagai seorang yang bernilai"*

**#ALBERT EINSTEIN**

*"Barang siapa ingin mutiara, maka harus berani terjun ke dalam"*

**#IR. SOEKARNO**

## PERSEMBAHAN

Puji syukur dan sembah sujudku kepada Allah SWT yang telah menciptakan segala yang ada di langit dan di bumi, atas semua karunia dan keberkahan yang telah diberikan kepada ku.

Ungkapan cinta kasih yang kupersembahkan kepada Ibuku dan Alm AyahKu(Ibu Nuryana dan Bapak Nawazir) tercintayangselalu memberikasih sayang yang tulus, dan selalumemotivasiku, serta kakak-kakaku (Nurman dan Laksita) dan adikku (Hestiwati) yang tercinta dan tersayang yang selalu menjadi motivasi dalam hidupku.

Teman-temanku yang selalu bertanya pada saya kapan lulusnya.

Dosen UBB Fakultas Ekonomi yang telah memberikan pengetahuan dan ilmunya

Almamaterku tercinta Universitas Bangka Belitung.

Kepada sahabat-sahabatku tercintaHusni Ardianysah, Angga, Riko Apriyadi, Frans, Silvanus, Mandala, Bang Wandu, Sunarto, Ibu Alma, Ibu Dewi, Pak Edi Nurcahya, Ipul, Bibi Itut, Cece Rita, Cindy dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu per satu... kalian semua telah menemani hidupku dengan memberikan semangat setiap langkahku. Suatu kehormatan bisa bersahabat dengan kalian semua....

## TERIMA KASIH SEMUA

**ABSTRAK****Andai Yani. 302 10 21 017. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pauw's Kopitiam Sungailiat Kabupaten Bangka**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Pauw's Kopitiam Sungailiat Kabupaten Bangka dalam pemenuhan kepuasan pelanggan dan mengkaji seberapa besar pengaruh strategi produk, harga, promosi, lokasi, fasilitas, keistimewaan, jaminan dan bukti fisik, empati, ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan di Pauw's Kopitiam Sungailiat Kabupaten Bangka baik secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sensus karena populasi dan sampel merupakan satu kesatuan karena jumlah populasi yang tidak terlalu besar yakni berjumlah 33 pelanggan tetap. Dimana objek sampel dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pelanggan tetap di Pauw's Kopitiam Sungailiat Kabupaten Bangka. Metode Analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel strategi pemasaran berpengaruh positif dengan hasil uji t sebesar  $2.709 > 2,0484$  t tabel dan tingkat signifikansi  $0,011 < 0,05$  terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar  $3,193$  dan signifikansi dengan uji t sebesar  $3.193 > 2.0484$  t tabel dan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$  terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan variabel strategi pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil uji F sebesar  $26.545 > 2.98$  F tabel dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai *adjusted R square* sebesar  $0.615$  artinya  $61.5\%$  kepuasan pelanggan dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar  $38.5\%$  kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

**ABSTRACT**

***Andai Yani.302 10 21 017.The Effect of Marketing Strategies and Service Quality on Customer Satisfaction at Pauw's Kopitiam Sungailiat Bangka Regency.***

*This study aims to determine how to marketing strategies and service quality of Pauw's Kopitiam Sungailiat Bangka Regency and assess how much influence the product strategy, price, promotion, location, facility, and feature, assurance and tangible, empathy, responsiveness on customer satisfaction Pauw's at Kopitiam Sungailiat Bangka Regency either partially or simultaneously.*

*This research uses descriptive and quantitative research. The sampling method in this study is the census because population and sample are unity and the population is not too large obtained a sample of 33 people. The object of the samples in this study is a whole number of loyal customers at Pauw's Kopitiam Sungailiat Bangka Regency. Methods of data analysis using descriptive statistics, test validity, reliability test, classic assumption test, regression test, t test, F test, and the coefficient of determination ( $R^2$ ).*

*The results showed partial variable marketing strategy with a positive effect on test results of 2,709  $t > t$  table 2.0484 and 0.011 significance level  $< 0.05$  on customer satisfaction and service quality variable positive effect amounting to 3,193 and significance with the t test for 3193  $> 2.0484$  t table and the level of significance 0.003  $< 0.05$  on customer satisfaction. Simultaneously variable marketing strategy and service quality and significant positive effect on customer satisfaction with the F test results for 26 545  $> 2.98F$  table with a significance level of 0.000  $< 0.05$ . Adjusted R-square of 61.5% 0.615 is meaning customer satisfaction can be explained or influenced by marketing strategies and the quality of the customer, while the remaining 38.5% customer satisfaction is influenced by other variables not examined in this research.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Service Quality and Customer Satisfaction*



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur Tuhan yang maha Esa, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pauw’s Kopitiam Sungailiat Kabupaten Bangka”, dengan menyadari segala keterbatasan atas kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, maka dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan, baik itu dalam isi/ materi atau susunan kalimat, untuk itu penulis mohon dimaklumi atas kekurangan-kekurangan tersebut, serta segala saran dan kritik maupun masukan lainnya dari semua pihak akan penulis terima dengan senang hati demi perbaikan skripsi ini kearah yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini tepat waktu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung serta selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah berkenan menyediakan

waktu untuk membimbing dan memberikan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Dony Yanuar, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Staf Pengajar di FE UBB khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
5. Keluarga tersayang dan tercinta, orang tua terutama Ayahanda, Ibunda, Kakaku dan Adik-adikku yang telah memberikan motivasi dan doanya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah khasanah pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan sehingga dapat membangun peradaban bagi Provinsi Bangka Belitung.

Balunjuk, September 2015

Penulis

Andai Yani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah .....	10
1.4. Tujuan Penelitian .....	10
1.5. Manfaat Penelitian .....	11
1.6. Sistematika Penulisan .....	12

## **BAB II    LANDASAN TEORI**

2.1. Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1. Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.1.2. Permintaan Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2. Strategi Pemasaran .....	17
2.1.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	17
2.1.2.2. Dimensi Strategi Pemasaran .....	18
2.1.2.3. Konsep Strategi Pemasaran .....	24
2.1.2.4. Proses Strategi Pemasaran .....	26
2.1.2.5. Jenis-jenis Strategi Pemasaran.....	27
2.1.3. Kualitas Pelayanan .....	30
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	30
2.1.3.2. Komponen Kualitas Pelayanan.....	31
2.1.3.3. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	32
2.1.4. Kepuasan Pelanggan .....	34
2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	34
2.1.4.2. Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan .....	35
2.1.4.3. Faktor Kepuasan Pelanggan .....	37
2.2. Penelitian Terdahulu .....	38
2.3. Kerangka Berpikir .....	40
2.3.1. Hubungan Strategi Pemasaran, Kualitas	

Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan .....	41
2.3.2. Hubungan Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan .....	41
2.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	42
2.3.4. Hubungan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	42
2.4. Hipotesis .....	43
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Pendekatan Penelitian .....	44
3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	44
3.3. Populasi,SampelDan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.3.1. Populasi.....	44
3.3.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	45
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.6. Variabel Penelitian.....	47
3.7. Definisi Operasional Variabel .....	47
3.8. Pengukuran Variabel .....	49
3.9. Teknik Analisis Data .....	49
3.9.1. Statistik Deskriptif .....	49
3.9.2. Uji Validitas .....	50

3.9.3. Uji Reliabilitas .....	50
3.9.4. Uji Asumsi Klasik.....	51
3.9.5. Analisis Regresi Berganda.....	52
3.9.6. Uji Hipotesis .....	52
3.9.7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	54

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Pauws Kopitiam.....	55
4.1.1. Profil Pauws Kopitiam.....	55
4.1.2. Visi Misi .....	56
4.2. Hasil Deskriptif Penelitian.....	57
4.2.1. Hasil Deskriptif Karakteristik Responden.....	58
4.2.2. Hasil Deskriptif Variabel.....	61
4.2.3. Rekapitulasi Deskriptif.....	77
4.3. Hasil Analisis Data .....	78
4.3.1. Uji Validitas.....	78
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	79
4.3.3. Uji Asumsi Klasik .....	79
4.3.4. Regresi Berganda.....	83
4.3.5. Uji t.....	84
4.3.6. Uji F.....	86
4.3.7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	86
4.4. Pembahasan .....	87

4.4.1. Karakteristik responden.....	87
4.4.2. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap kepuasan Pelanggan .....	88
4.4.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan .....	88
4.4.4. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan .....	89
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Pengunjung Koptiam di Sungailiat .....	4
Tabel I.2	Data Jumlah Customer Pauw's Koptiam Januari Periode Januari 2014 – Januari 2015 .....	5
Tabel I.3	Data Hasil Survey Awal Strategi Pemasaran Pauw's Koptiam .....	7
Tabel I.4	Data Hasil Survey Awal Kualitas Pelayanan Pauw's Koptiam .....	8
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	48
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Berdasarkan Usia .....	58
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	59
Tabel IV.4	Hasil Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	60
Tabel IV.5	Frekuensi Jawaban Responden pada Produk Berkualitas .....	61
Tabel IV.6	Frekuensi Jawaban Responden pada Harga Produk Beragam Pilihan .....	62
Tabel IV.7	Frekuensi Jawaban Responden pada Kesesuaian Harga .....	62
Tabel IV.8	Frekuensi Jawaban Responden pada Harga Lebih Murah .....	63
Tabel IV.9	Frekuensi Jawaban Responden pada Media Iklan .....	64
Tabel IV.10	Frekuensi Jawaban Responden pada <i>Personal Selling</i> .....	64



Tabel IV.11	Frekuensi Jawaban Responden pada Lokasi Strategis .....	65
Tabel IV.12	Frekuensi Jawaban Responden pada Lokasi Aman.....	66
Tabel IV.13	Frekuensi Jawaban Responden pada Fasilitas .....	66
Tabel IV.14	Frekuensi Jawaban Responden pada Parkir Memadai .....	67
Tabel IV.15	Frekuensi Jawaban Responden pada Layanan Transaksi .....	67
Tabel IV.16	Frekuensi Jawaban Responden pada Ketepatan Waktu .....	68
Tabel IV.17	Frekuensi Jawaban Responden pada Menanamkan Kepercayaan .....	69
Tabel IV.18	Frekuensi Jawaban Responden pada Kondisi SDM.....	69
Tabel IV.19	Frekuensi Jawaban Responden pada Perhatian Lebih.....	70
Tabel IV.20	Frekuensi Jawaban Responden pada Pemahaman Karyawan ..	71
Tabel IV.21	Frekuensi Jawaban Responden pada Kejelasan Informasi yang Diterima.....	71
Tabel IV.22	Frekuensi Jawaban Responden pada Kualitas Pelayanan sesuai dengan Keinginan Pelanggan.....	72
Tabel IV.23	Frekuensi Jawaban Responden pada Tipe Produk .....	73
Tabel IV.24	Frekuensi Jawaban Responden pada Kesesuaian Harga .....	74
Tabel IV.25	Frekuensi Jawaban Responden pada Kesesuaian Kualitas ..	74
Tabel IV.26	Frekuensi Jawaban Responden pada Manfaat Produk .....	75
Tabel IV.27	Frekuensi Jawaban Responden pada Fasilitas yang Diberikan .....	76
Tabel IV.28	Rekapitulasi Nilai Rata-rata .....	77
Tabel IV.29	Hasil Uji Validitas .....	78

Tabel IV. 30 Hasil Uji Reliabilitas .....	79
Tabel IV. 31 Hasil Uji Multikolinieritas.....	81
Tabel IV. 32 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	83
Tabel IV. 33 Hasil Analisis Uji t .....	85
Tabel IV. 34 Hasil Analisis Uji F .....	86
Tabel IV. 35 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	87



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1 Kerangka Berpikir .....	40
Gambar IV.1 Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Gambar IV.2 Hasil Karakteristik Berdasarkan Usia .....	58
Gambar IV.3 Hasil Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	59
Gambar IV.4 Hasil Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	60
Gambar IV.5 Histogram .....	80
Gambar IV.6 Normal Plot .....	80
Gambar IV.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82



**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Tabulasi Data
- Lampiran III Hasil Uji Validitas
- Lampiran IV Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran V Hasil Uji Asumsi Klasik , Uji Regresi Linier Berganda, Uji t,  
Uji F dan Koefesien Determinasi
- Lampiran VI Lampiran Foto-foto
- Lampiran VII Surat Izin Melakukan Penelitian

