

**ANALISIS MARKETING MIX DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN**  
(Studi Pada Butik Neyna)

**SKRIPSI**  
Untuk Memenuhi Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen



**Disusun oleh:**  
**DINDA SURYA KARTIKA**  
**K.2016.1.33795**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**MALANG**  
**2020**

**ANALISIS MARKETING MIX DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN**  
(Studi Pada Butik Neyna)

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen



Disusun oleh:  
**DINDA SURYA KARTIKA**  
Nomor Pokok : K.2016.1.33795  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Marketing

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**MALANG**  
**2020**

## **SKRIPSI**

MARKETING MIX DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
BUTIK NEYNA SIDOARJO

Oleh :

DINDA SURYA KARTIKA

K.2016.1.33795

Telah dipertahankan di depan dosen pengaji pada tanggal :

04 September 2020 dan dinyatakan LULUS

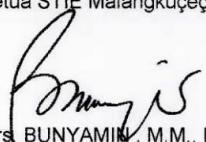
Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

ttd

Drs. AGUSSALIM ANDRIANSYAH , MM.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçewara

  
Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.  
NIK 202.710.182

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 18 Agustus 2020



NPK: K.2016.1.33795



Nomor : 0472.2/BAAK-RESEARCH/VII/2020

13 Juli 2020

Perihal : Riset Untuk Skripsi

Yth. : PIMPINAN  
BUTIK NEYNA  
PERUM KEMIRI INDAH B.5 NO.4  
SIDOARJO

Dengan Hormat,

Bersama surat ini kami hadapkan seorang mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : DINDA SURYA KARTIKA  
Nomor Pokok : K.2016.1.33795  
Program Studi : MANAJEMEN  
Alamat : JALAN NAROTAMA H. 92, KODYA MALANG, JAWA TIMUR

bermakna untuk mencari data-data guna keperluan penulisan skripsi dengan tema :  
MARKETING MIX DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
BUTIK NEYNA SIDOARJO

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak / Ibu untuk memberikan izin riset dan bantuan seperlunya. Perlu kami jelaskan bahwa data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah ( pendidikan ) dan tidak akan digunakan untuk hal-hal yang dapat merugikan perusahaan / instansi.

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



## **Ucapan Terima Kasih**

Segala puji syukur bagi Allah S.W.T atas ridho-nya.Dan tidak lupa kita panjatkan shalawatan serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad ,yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi umatnya dan untuk berbuat kebijakan .Penulis dapat menyelesaikan dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul

**“ANALISIS MARKETING MIX DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN (pada studi Butik Neyna) ”**

Tugas akhir kuliah ini di ajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di STIE MALANGKUÇEÇWARA Kota Malang.

Penulis memehami tanpa bantuan ,doa dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit untuk menyelesaikan tugas akhir kuliah ini .Maka dari itu penulis inginmengucapkan terima kasih sebesar besarnya atas dukungan dan kuntribusi kepada

1. Drs. Bunyamin, MM, Ph.D selaku ketua STIE Malangkuçeçwara Malang.
2. Drs.Agussalim Andriansyah ,MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan Waktu ,saran dan motivasi demi keberhasilan tugas akhir kuliah
3. Imama Zurich ,B.Sc,M.COM selaku dosen wali yang selalu memberi solusi
4. Putri Septyanı selaku pemilik usaha Butik Neyna yang telah memberikan kemudahan untuk melakukan riset
5. Rossa ,Fina dan Gita sahabat yang mau membantu saya sampai menyelesaikan tugas akhir kuliah
6. Orang tua yang selelu membantu dan mendoakan kan untuk kelancaran Tugas akhir kuliah
7. Kim Seok Jin yang menemani saat mengerjakan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menjelaskan:(1)Pengaruh variabel Marketing Mix yaitu 4P yaitu terdiri dari *Product ,Price ,Place dan Promotion* terhadap kepuasan konsumen(2)Variabel Promotion yang memiliki pengaruh dominan terhadap Kepuasan konsumen .Jenis Penelitian yang di gunakan adalah menggunakan metode Kuesioner dengan pendekatan kuantitatif .Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Butik Neyna yang berlokasi di Kabupaten Sidoarjo dan media sosial mendapatkan 100 orang responden yang di jadikan sampel penelitian .

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *product,price,place,promotion* dan kualitas pelayanan secara persial dan simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasaan konsumen .secara simultan F hitung yaitu F hitung sebesar 81,942 dan F tabel sebesar 2 dan nilai sig F 0,000. Variabel Product nilai t hitung sebesar 5,244, Variabel price nilai t hitung sebesar 3,195 , Variabel promotion nilai t hitung sebesar 11,315 dan Variabel kualitas pelayanan nilai t hitung sebesar 2,173. Diketahui juga variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel kepuasan konsumen Butik Neyna adalah Promotion.

## **ABSTRACT**

This study aims to explain : (1) The influence of the marketing mix variabel ,namely consisting of *Product,Price,Place dan Promotion* on customer satisfaction (2) Variable Promotion which has a dominant influence on consumer satisfaction. The type of research used is a questionnaire method with a quantitative approach. The population in this study are consumers who shop at the Neyna Boutique which is located in Sidoarjo Regency and social media got 100 respondents who wereused research sampel.

Simultaneously has a significant influence on consumer satisfaction. Simultaneously F count is F count of 81.942 and F table of 2 and sig value of F 0,000. Variable Product value t count 5,244, variable price t count value 3,195 Variable promotion t value equal to 11,315 and variable service quality value t count 2,173. It is also known that the variable that has a dominant influence on the consumer satisfaction variable Neyna Boutique is Promotion

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur bagi Allah S.W.T atas ridho-nya.Dan tidak lupa kita panjatkan shalawatan serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad ,yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi umatnya dan untuk berbuat kebijakan .Penulis dapat menyelesaikan dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “ANALISIS MARKETING MIX DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN (pada studi Butik Neyna) ”

Di dalam tulisan ini ,di sajikan pokok- pokok balasan yang meliputi:

- Untuk mengetahui marketing mix untuk kepuasaan konsumen
- Untuk mengetahui buktik Neyna untuk meningkat kualitas pelayanan
- Untuk bukti neyna memuaskan konsumen

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan peneliti, meskipun telah mengerahkan seluruh kemampuan. Peneliti masih menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penyajian tulisan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang ,17 Agustus 2020

Penulis

Dinda Surya Kartika

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul .....</b>	i
Lembar Pengesahan .....	ii
<b>Riwayat Hidup .....</b>	vii
<b>Ucapan Terima Kasih.....</b>	viii
<b>ABSTRAK.....</b>	ix
<b>ABSTRACT .....</b>	x
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	1
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	1
<b>1.1 Rumusan Masalah .....</b>	4
<b>1.2 Tujuan penelitian .....</b>	4
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	6
<b>2.1 Tinjauan Teori .....</b>	6
2.1.1 Kepuasan Konsumen .....	6
2.1.1.1 Pengukuran kepuasan konsumen .....	7
2.1.1.2 Faktor –faktor yang mempengaruhi kepuasaan konsumen .....	9
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran (Marketing MIX) .....	14
1.1 PRODUK(Poduct). .....	14
1.2 Price .....	16
1.3 Place .....	17
1.4 Promotion .....	19
2.3 Model Konseptual Penelitian .....	23
<b>2.4 Pengembangan Hipotesis .....</b>	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	26
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	26
<b>3.2 Populasi dan sampel .....</b>	26

<b>3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.1 Varibel bebas .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3.2 Variabel terkait (dependent variabel) .....</b>	<b>29</b>
<b>3.4 Pengumpulan Data .....</b>	<b>29</b>
<b>3.5 Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>3.5.1 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>31</b>
<b>3.5.2 Uji Validitas .....</b>	<b>31</b>
<b>3.5.3 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>33</b>
<b>3.6 Metode Analisis .....</b>	<b>34</b>
<b>3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>34</b>
<b>3.6.2 Uji Hipotesis .....</b>	<b>36</b>
<b>3.6.2.1 Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>36</b>
<b>3.6.2.2 Uji t .....</b>	<b>37</b>
<b>3.6.2.3Uji F .....</b>	<b>37</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1.1 Gambaran umum obyek penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1.2 Sejarah singkat berdirinya Butik Neyna .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1.3 Visi dan Misi .....</b>	<b>39</b>
<b>4.2 Karakteristik Responden .....</b>	<b>40</b>
<b>4.2.1 Jenis Kelamin Responden .....</b>	<b>40</b>
<b>4.2.2 Tingkat Usia Responden .....</b>	<b>41</b>
<b>4.2.3 Tempat Tinggal Responden .....</b>	<b>42</b>
<b>4.2.4 Pekerjaan Responden. ....</b>	<b>43</b>
<b>4.3 Hasil Analisi Deskriptif .....</b>	<b>43</b>
<b>4.3.1 Distribusi Jawaban Variabel Product (X<sub>1</sub>) .....</b>	<b>45</b>
<b>4.3.2 Distribusi Jawaban Variabel Price (X<sub>2</sub>) .....</b>	<b>47</b>
<b>4.3.3 Distribusi Jawaban Variabel Place (X<sub>3</sub>) .....</b>	<b>48</b>
<b>4.3.4 Distribusi Jawaban Variabel Promotion (X<sub>4</sub>) .....</b>	<b>49</b>
<b>4.3.5 Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>5</sub>) .....</b>	<b>51</b>
<b>4.3.6 Distribusi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....</b>	<b>53</b>
<b>4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>54</b>
<b>4.4.1 Hasil Uji Validitas.....</b>	<b>54</b>

<b>4.4.2</b>	<b>Hasil Uji Reliabilitas.....</b>	<b>56</b>
<b>4.5</b>	<b>Hasil Analisis Data .....</b>	<b>58</b>
<b>4.5.1</b>	<b>Hasil Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>58</b>
<b>4.5.2</b>	<b>Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>58</b>
<b>4.5.3</b>	<b>Hasil Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>61</b>
<b>4.5.4</b>	<b>Hasil uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>62</b>
<b>4.5.5</b>	<b>Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>63</b>
<b>4.6</b>	<b>Pengujian Hipotesis. ....</b>	<b>66</b>
<b>4.6.1</b>	<b>Uji t .....</b>	<b>66</b>
<b>4.6.2</b>	<b>Uji F .....</b>	<b>68</b>
<b>4.7</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>68</b>
<b>4.7.1</b>	<b>Pengaruh Marketing MIX terhadap Kepuasan Konsumen .....</b>	<b>68</b>
<b>4.7.2</b>	<b>Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen .....</b>	<b>69</b>
<b>4.7.3</b>	<b>Kepuasan konsumen terhadap perkembangan butik Neyna .....</b>	<b>69</b>
<b>BAB V PENUNTUP</b>		<b>70</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>70</b>
<b>5.2</b>	<b>Kontribusi Penelitian .....</b>	<b>70</b>
<b>5.3</b>	<b>Keterbatas penelitian .....</b>	<b>70</b>
<b>5.4</b>	<b>Saran – saran .....</b>	<b>71</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu .....	20
Tabel 3.4 Skor Skala Likert .....	31
Tabel 4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 4.3 Kriteria Rentang Jawaban Responden .....	45
Tabel 4.3.1 Distribusi Jawaban Responden Variabel Product .....	46
Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban responden Variabel Price .....	48
Tabel 4.3.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Price .....	49
Tabel 4.3.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promotion .....	50
Tabel 4.3.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan .....	52
Tabel 4.3.6 Distribusi Jawaban Kepuasan Konsumen (Y) .....	54
Tabel 4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	55
Tabel 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.5.2 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.5.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.5.4 Hasil uji Heteroskedastisitas .....	62
Tabel 4.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	64
Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis .....	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Tabel 2.3 Model Konseptual Penelitian ..... 23

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lmapiran 1. Log Bimbingan Skripsi .....	73
Lampiran 2. Hasil Analisa Statistik .....	74