ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. NAGOYA SURYA SEJAHTERA DI SURABAYA SIDOARJO

SKRIPSI

OLEH :

M. ZAINAL ABIDIN
NIM : 14340023

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUNAN GIRI SURABAYA
SIDOARJO
2018

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. NAGOYA SURYA SEJAHTERA DI SURABAYA SIDOARJO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

OLEH :

M. ZAINAL ABIDIN

NIM : 14340023

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SUNAN GIRI SURABAYA

SIDOARJO

2018

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. NAGOYA SURYA SEJAHTERA DI SURABAYA SIDOARJO

Oleh :

M. Zainal Abidin

NIM : 14340023

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing

Drs. Imam Zakaria,. MM Tanggal 05 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT. NAGOYA SURYA SEJAHTERA DI SURABAYA SIDOARJO

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

M. Zainal Abidin

NIM : 14340023

Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji
Pada Tanggal 05 Agustus 2018
dan Dinyatakan Memenuhi Syarat

Susunan Dewan Penguji

Ketua Drs. Imam Zakaria,. MM.

(.....)

Sekretaris Utami Puji Lestari, SE, M.Si.

(.....)

Anggota Drs. Agus Asianto, MM.

(.....)

Sidoarjo, 05 Agustus 2018
Fakultas Ekonomi
Universitas Sunan Giri Surabaya
Dekan,

Dra. Ec. Hj. Mukti Kemarauwana, MM

HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto :

Tunjukkan rasa hormat termasuk kepada orang-orang yang tidak berhak menerimanya, bukan sebagai cerminan atas karakter mereka, tetapi atas karaktermu sendiri.

(Dave Willis)

Proposal ini ku persembahkan untuk :

Keluarga tercinta Ayah, Ibu dan Kakak serta Istri dan Anak yang Ku Sayangi

Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT,

Beserta teman-teman seperjuangan yang

Telah memberi dukungan hingga skripsi usai,

Semoga tercapai semua yang menjadi harapan kita.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah meelimpahkan rahmat dan karunia kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Nagoya Surya Sejahtera di Surabaya Sidoarjo". Tiada kata yang dapat peneliti ucapkan selain mensyukuri atas apa yang Allah anugerahkan dengan sempurna.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal tersebut peneliti rasakan sebagai pribadi yang masih terbatas akan pengetahuan yang telah peneliti dapatkan. Dengan keterbatasan ini peneliti mendapatkan nasehat dan saran, serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga peneliti mendapatkan nasehat dan saran, serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Dengan rasa rendah hati dan terima kasih yang setulusnya, peneliti ucapkan kepada :

1. Bapak Dr. Ir Gunawan , MT. Selaku Rektor Universitas Sunan Giri Surabaya yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan kepribadian kepada penulis
2. Bapak Tri Seno Anjanarko, SE.,MM. Selaku dekan fakultas ekonomi Universitas Sunan Giri Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Hj. Mukti Kemarauwana., MM. Selaku ketua prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sunan Giri Surabaya.
4. Bapak Drs. Imam Zakaria.,MM.Selaku dosen pembimbing yang telah membantu serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skipsi ini.
5. Pimpinan PT. Nagoya Surya Sejahtera di Surabaya Sidoarjo yang memberikan ijin untuk melakukan penelitian dan segenap karyawan yang telah banyak membantu dengan mencarikan data yang dibutuhkan.

6. Bapak dan ibu serta istri tercinta yang peduli pada pendidikan penulis dan banyak mendorong serta mendoakan penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skipsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 08 Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN PERSEMBAHAN iv

HALAMAN KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI vii

HALAMAN DAFTAR TABEL x

HALAMAN DAFTAR GAMBAR xi

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xii

ABSTRAK xiii

ABSTRACT xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Batasan Masalah 6

1.4 Tujuan Penelitian 7

1.5 Manfaat Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu 10

2.2 Landasan Teori 11

2.2.1 Pengertian Pemasaran 12

2.2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran 13

2.2.2 Pemasaran Pandangan Ekonomi Konfensional 14

2.2.2.1 Produk (Product) 14

2.2.2.2 Harga (price) 17

2.2.2.3 Promosi (promotion) 20

2.2.2.4 Saluran distribusi/ tempat (place) 22

2.2.3 Pengelompokan Pasar 27

2.2.3.1 Pasar konsumen 27

2.2.3.2 Pasar industrial 28

2.2.3.3 Pasar reseller 28

2.2.3.4 Pasar pemerintah 28

2.2.4 Kepuasan Konsumen 29

2.3 Hipotesis 33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian 34

3.2 Identifikasi variabel 34

3.3 Definisi operasional Variabel 35

3.4 Teknik Pengumpulan Data 37

3.5 Jenis dan Sumber Data 39

3.6 Teknik Pengambilan Sampel 40

3.7 Teknik Analisis Data 41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 44

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... 43

4.1.2 Lokasi perusahaan 45

4.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan 45

4.1.4 Struktur Organisasi 46

4.1.5 Deskripsi Tugas 46

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian 49

4.3 Pengujian Instrumen 52

4.3.1 Uji Validitas 52

4.3.2 Uji Reliabilitas 54

4.3.3 Regresi Linier Berganda 55

4.3.4 Koefisien Determinasi 57

4.4 Uji Hipotesis 58

4.4.1 Uji F 58

4.4.2 Uji t 60

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 68

5.2 Saran 69

DAFTAR PUSTAKA 71

LAMPIRAN..... 73

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....10

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Usia 50

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Jenis kelamin.....50

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir.....51

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Masa Kerja 51

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas 53

Tabel 4.6 Hasil Reabilitas.....54

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regrsi Linier Berganda 56

Tabel 4.8Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....57

Tabel 4.9 HasilUji Simultan (Uji F) 59

Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Uji Parsial (Uji T) 62

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Bagian Dalam Bauran Pemasaran.....11

Gambar 2.2 Bentuk Saluran Distribusi Barang.....24

Gambar 2.3 Saluran Distribusi Barang Industri.....26

Gambar 3.1 Daerah Kritis H_0Melalui Kurva Distribusi t 42

Gambar 3.2 Daerah Kritis H_0 Melalui Kurva Distribusi F.....43

Gambar 4.1 Struktur Organisasi 46

Gambar 4.2 Kurva Distribusi F 60

Gambar 4.3 Kurva Distribusi t Variabel Produk 62

Gambar 4.4 Kurva Distribusi t Variabel Harga 63

Gambar 4.5 Kurva Distribusi t Variabel Promosi.....64

Gambar 4.6 Kurva Distribusi t Variabel Tempat 65

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran I Kuesioner Penelitian 73

Lampiran II Pernyataan Keaslian..... 77

Lampiran III Output Data SPSS 78

ABSTRAK

Tujuan penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi bauran pemasaran secara simultan maupun parsial terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PT. Nagoya Surya Sejahtera. Serta untuk mengetahui variabel manakah diantara produk, harga, promosi, dan tempat yang berpengaruh dominan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PT. Nagoya Surya Sejahtera di Surabaya Sidoarjo.

Metode penelitian ini yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan PT. Nagoya Surya Sejahtera di Sidoarjo. Dalam penelitian ini menggunakan tehnik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu tehnik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Metode yang digunakan adalah metode sampel jenuh, yakni tehnik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel sebanyak 33 orang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Tempat (X_4) dan Kepuasan konsumen (Y).

Dari hasil penelitian menunjukkan F hitung sebesar 22,524 > F tabel sebesar 2,71 pada taraf signifikansi 0,05. Dan hasil penelitian menunjukkan t hitung sebesar Y= 0,025 + 0,465 X1 + 0,321 X2 + 0,439 X3 + 0,680 X4 +e. Dengan demikian Hi diterima dan Ho di tolak berarti produk, harga, promosi, tempat, terhadap kepuasan konsumen PT. Nagoya Surya Sejahtera di Sidoarjo signifikan dan dapat diterima. Sedangkan variabel yang paling dominan dalam penelitian ini yaitu variabel tempat (X_4) sebesar 0,680 jika dibandingkan dengan variabel produk (X_1) 0,465, harga (X_2) 0,321, promosi 0,439(X_3).

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Tempat dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The research objective that is expected in this study is is to determine the effect of simultaneous and partial marketing mix strategies on increasing customer satisfaction in PT Nagoya Surya Sejahtera. And to find out which variables between products, prices, promotions, and places that have a dominant influence on increasing customer satisfaction at PT Nagoya Surya Sejahtera in Surabaya Sidoarjo.

This research method used is quantitative descriptive research. The population in this study were employees of PT. Nagoya Surya Sejahtera in Sidoarjo. In this study using the technique used in this study is nonprobability sampling, namely sampling techniques that do not provide equal opportunities for each member of the population to be sampled. The method used is saturated sample method, which is a sample determination technique if all members of the population are used as a sample of 33 people. The variables used in this study are Products (X1), Price (X2), Promotion (X3), Place (X4) and Consumer Satisfaction (Y).

From result of research show F count equal to 22,524> F table equal to 2,71 at significance level 0,05. And result of research show t count equal to Y = 0,025 + 0,465 X1 + 0,321 X2 + 0,439 X3 + 0,680 X4 + e. Thus Hi accepted and Ho rejected means product, price, promotion, place, to customer satisfaction PT. Nagoya Surya Sejahtera in Sidoarjo is significant and acceptable. While the most dominant variable in this research is place variable (X4) equal to 0,680 when compared with product variable (X1) 0,465, price (X2) 0,321, promotion 0,439 (X3).

Keywords : Product, Price, Promotion, Place, And Customer Satisfaction