

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

**PENGARUH MARKETING MIX 7P (PRODUCT, PRICE,
PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL
EVIDENCE) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM
MELAKUKAN SERVIS MOBIL DI GBT LARAS IMBANG
SIDOARJO**

SKRIPSI



OLEH:
LEONARD MARCO IRWAN
16110030



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2020

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Leonard Marco Irwan
NPM : 16110030
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Marketing Mix 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam servis mobil di GBT Laras Imbang Sidoarjo.

Pembimbing

Tanggal : 3 Agustus 2020

(Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Tanggal :



(Lilik Indrawati.S.E.,M.M.)

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Leonard Marco Irwan** dengan NPM **16110030**

Telah diuji pada **4 Agustus 2020**

Dinyatakan **LULUS** oleh

Ketua Tim Penguji



(Drs. Ec. Bruno Hami, M.M)

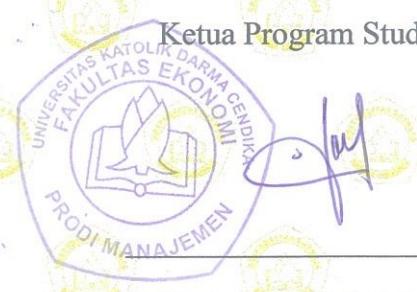
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Thyopoida W.S.Panjaitan, M.M)

Ketua Program Studi



(Lilik Indrawati, S.E., M.M)

LEMBAR PENGESEAHAN SKRIPSI

Pengaruh Marketing Mix 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Melakukan Servis Mobil Di GBT Laras Imbang Sidoarjo

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen Pemasaran

Pada Hari Rabu Tanggal 12 Agustus 2020

Disusun oleh :

Nama : Leonard Marco Irwan

NPM : 16110030

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

Nama

1. Drs.Ec. Bruno Hami,M.M

2. Dr. Thyopoida W.S.Panjaitan,M.M

3. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M

(*Mufit*)
(*Herry*)
(*Citra*)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Leonard Marco Irwan

NPM : 16110030

Alamat Asli : Bcf Sekawan Elok a5 137 Sidoarjo

No. Identitas (KTP) : 3578015512970001

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Marketing Mix 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Melakukan Servis Mobil Di GBT Laras Imbang Sidoarjo

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, *working paper* atau bentuk lain yang di publikasikan secara umum. Skripsi ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali hal yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini, saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Sidoarjo, Juli 2020

Hormat Saya,



Leonard Marco Irwan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Marketing Mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Melakukan Servis Mobil Di GBT Laras Imbang Sidoarjo”**. Proposal ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih Sarjana Ekonomi (S.E.) program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan ini berjalan, penulis menyadari bahwa tidak luput dari banyak kendala yang dialami. Kendala tersebut dapat diatasi karena adanya bantuan dari banyak pihak yang terlibat didalamnya, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo/Bapak Dr.Y.Budi Hermanto,M.M. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Ibu Dr Thyphoida W.S.Panjaitan.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
3. Ibu Lilik Indrawati,S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika.
4. Ibu Citra Angraini Tresyanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu,tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan maupun saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa.
6. Seluruh Teman yang telah memberikan dukungan berupa moral dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan kendaraan bermotor di kota Sidoarjo setiap tahunnya dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk mendirikan jasa perbaikan kendaraan bermotor atau bengkel di kota Sidoarjo. Tujuan dari penelitian saat ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence* terhadap kepuasan pelanggan dalam melakukan servis mobil di GBT Laras Imbang Sidoarjo. Populasi dalam penelitian saat ini adalah pelanggan GBT Laras Imbang Sidoarjo dengan jumlah sampel sebanyak 175 responden. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS versi 26 diperoleh nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari *adjusted r square* sebesar 0,566 atau 56,6% yang membuktikan bahwa konstribusi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence* terhadap kepuasan Pelanggan GBT Laras Imbang Sidoarjo memiliki hubungan sedang. Hasil dari uji t dari penelitian ini adalah secara parsial variabel *price, place, people, process, physical evidence* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variable *product* dan *promotion* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Product, Price, Place , Promotion , People, Process, Physical Evidence, Kepuasan Pelanggan





DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pengesahan Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel	xv
Daftar Lampiran	xvii
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	6
2.1 Pemasaran	6

2.1.1.Pengertian Pemasaran	6
2.2 Bauran Pemasaran	7
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	7
2.2.2 Pengertian Produk	10
2.2.2.1 Tingkat Produk	10
2.2.2.2 Hierarki Produk	11
2.2.2.3 Kualitas Produk	12
2.2.3 <i>Price</i>	14
2.2.4 <i>Place</i>	15
2.2.5 <i>Promotion</i>	16
2.2.6 <i>People</i>	17
2.2.7 <i>Process</i>	19
2.2.8 <i>Physical Evidence</i>	19
2.3 Kepuasan Pelanggan	20
2.3.1 Pengertian Pelanggan	20
2.3.2 Jenis Jenis Pelanggan	21
2.3.3 Jenis Jenis Kepuasan dan Ketidak Puasan Konsumen	22
2.3.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen	23
2.3.5 Dimensi Kepuasan Konsumen	23
2.3.6 Dampak Dari Konsumen Yang Puas.....	24
2.3.7 Indikator Kepuasan Konsumen	24

2.3.8 Pengaruh Antara Variabel Independen (X) Terhadap Variabel Dependen (Y)	25
2.3.8.1 Pengaruh Antara <i>Product</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Servis Mobil Di GBT Laras Imbang Sidoarjo	25
2.3.8.2 Pengaruh Antara <i>Price</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Servis Mobil Di GBT Laras Imbang Sidoarjo	25
2.3.8.3 Pengaruh Antara <i>Place</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Servis Mobil Di GBT Laras Imbang Sidoarjo	26
2.3.8.4 Pengaruh Antara <i>Promotion</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Servis Mobil Di GBT Laras Imbang Sidoarjo	26
2.3.8.5 Pengaruh Antara <i>People</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Servis Mobil Di GBT Laras Imbang Sidoarjo	27
2.3.8.6 Pengaruh Antara <i>Process</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Servis Mobil Di GBT Laras Imbang Sidoarjo	27
2.3.8.7 Pengaruh Antara <i>Physical Evidence</i> Terhadap	

Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Servis Mobil	
Di GBT Laras Imbang Sidoarjo	28
2.4 Penelitian Terdahulu.....	28
2.5 Kerangka Pemikiran	34
2.6 Kerangka Konseptual	35
2.7 Hipotesis Penelitian	35
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Obyek Penelitian	37
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	37
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	37
3.2.2 Sumber Data Penelitian	38
3.3 Variabel Penelitian	38
3.4 Definisi Operasional Variabel	39
3.4.1 Variabel Bebas	39
3.4.2 Variabel Terikat	42
3.5 Populasi dan Sampel	43
3.5.1 Populasi	43
3.5.2 Sampel	43
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	44
3.6.1 Metode	44
3.6.2 Teknik Analisis Data	45



3.6.2.1 Uji Validitas	45
3.6.2.2 Uji Reabilitas	45
3.6.2.3 Analisis Deskriptif	46
3.6.2.4 Uji Asusmsi Klasik	46
3.6.2.5 Analisa Regresi Linear Berganda	48
3.6.2.6 Koefisien Determinasi	49
3.6.2.7 Uji t	49
BAB 4 HASIL PENELITIAN	51
4.1 Gambaran Umum Proyek Penelitian	51
4.2.1 Struktur Organisasi GBT Laras Imbang Sidoarjo	51
4.2.2 <i>Job Description</i> di GBT Laras Imbang Sidoarjo	52
4.3 Pembahasan dan Analisis Data	53
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif	57
4.3.2 Hasil Uji Validitas	65
4.3.3 Hasil Uji Realibilitas	67
4.3.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	68
4.3.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
4.3.7 Hasil Uji T	75
4.4 Pembahasan	79
4.4.1 Pengaruh <i>Product</i> / Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	79
4.4.2 Pengaruh <i>Price</i> / Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	80
4.4.3 Pengaruh <i>Place</i> / Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan	81

4.4.4 Pengaruh <i>Promotion/</i> Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	81
4.4.5 Pengaruh <i>People/</i> Orang Terhadap Kepuasan Pelanggan	82
4.4.6 Pengaruh <i>Process/</i> Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan	82
4.4.7 Pengaruh <i>Physical Evidence/</i> Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan	83
BAB 5 PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 2.1	34
Gambar 2.2	35
Gambar 4.1	51
Gambar 4.2.....	68
Gambar 4.3	69
Gambar 4.4	71



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	2
Tabel 2.1	29
Tabel 2.2	30
Tabel 2.3	31
Tabel 2.4	32
Tabel 2.5	33
Tabel 3.1	49
Tabel 4.1	54
Tabel 4.2	55
Tabel 4.3	56
Tabel 4.4	57
Tabel 4.5	58
Tabel 4.6	59
Tabel 4.7	60
Tabel 4.8	61
Tabel 4.9	62
Tabel 4.10	63
Tabel 4.11	64
Tabel 4.12	66



Tabel 4.1367
Tabel 4.1470
Tabel 4.1572
Tabel 4.1675
Tabel 4.1776

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket Kuesioner
- Lampiran 2 Data Kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Uji Spss
- Lampiran 4 r tabel dan t tabel.....

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

