



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PEMBELIAN SUSU *FRISIAN FLAG* DI INDOMART HALIM  
PERDANA KUSUMA JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Rakha Tri Kurnia

1402015133

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2021



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PEMBELIAN SUSU *FRISIAN FLAG* DI INDOMART HALIM  
PERDANA KUSUMA JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Rakha Tri Kurnia

1402015133

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2021

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN SUSU *FRISIAN FLAG* DI INDOMART HALIM PERDANA KUSUMA JAKARTA TIMUR”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 10 Mei 2020

Yang Menyatakan



(Rakha Tri Kurnia)

NIM 1402015133



## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN SUSU *FRISIAN FLAG* DI INDOMART HALIM PERDANA KUSUMA JAKARTA TIMUR**


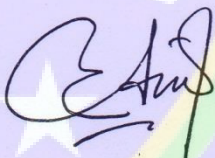
NAMA : **RAKHA TRI KURNIA**

NIM : **1402015133**

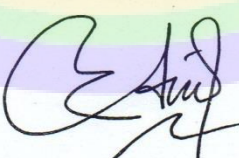
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2020**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Budi Permana Yusuf, MM	
Pembimbing II	Edi Setiawan, S.E., M.M.	

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Dr. Adtiyo Ari Wibowo, S.E., M.M.

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN SUSU  
FRISIAN FLAG DI INDOMART HALIM PERDANA KUSUMA JAKARTA  
TIMUR**

Yang disusun oleh :  
Rakha Tri Kurnia  
1402015133

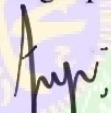
Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

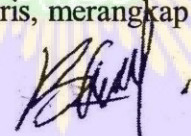
Pada tanggal: 5 Agustus 2021

### Tim Penguji

Ketua, merangkap anggota :

  
(Tupi Setyowati, SE., MM.)

Sekretaris, merangkap anggota :

  
(Dr. Budi Permana Yusuf, SE., MM)

Anggota :


  
(Eti Rochaeti, SE., MM)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

  
(Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.)

  
(Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.)



**ABSTRAK**  
**KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rakha Tri Kurnia  
NIM : 1402015133  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Non eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN SUSU FRISIAN FLAG DI INDOMART HALIM PERDANA KUSUMA JAKARTA TIMUR”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalih mediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 5 Agustus 2021  
Yang menyatakan



(Rakha Tri Kurnia)

## ABSTRAK

**Rakha Tri Kurnia (1402015133)**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN SUSU *FRISIAN FLAG* DI INDOMART HALIM PERDANA KUSUMA JAKARTA TIMUR.**

*Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel yang diteliti, yakni antara Bauran Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada pembelian produk Susu *Frisian Flag* di Indomart Halim Perdana Kusuma Jakarta Timur.

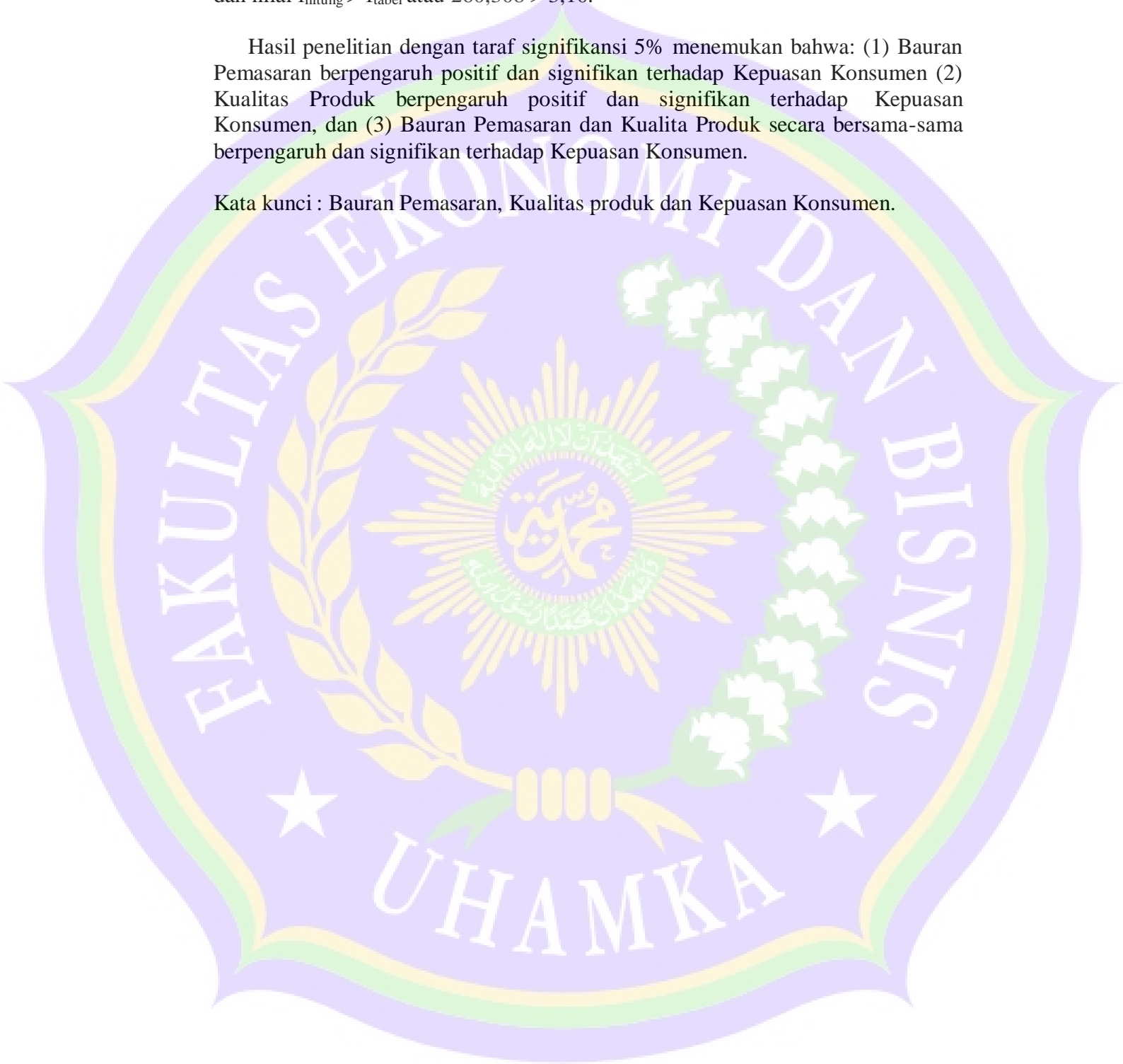
Penelitian ini menggunakan metode survey dengan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada konsumen yang membeli produk susu *Frisian Flag* di Indomart Halim PK dan diukur menggunakan skala likert. Variabel yang diteliti adalah Bauran Pemasaran dan Kualitas Produk sebagai variabel independen dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel probabilitas dengan menggunakan slovin sehingga didapati sampel berjumlah 90 orang sebagai responden. Teknik pengolahan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 20 dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Model regresi linier berganda yang diperoleh yaitu  $Y = 4,066 + 0,601 X_1 + 0,264 X_2 + e$ , hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi autokorelasi dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil analisis koefisien korelasi berganda antara variabel Bauran Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,926, yang berarti terdapat hubungan positif signifikan yang kuat. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $5,652 > 1,98761$ . Sedangkan variabel Kualitas produk ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,644 > 1,98761$ . Secara

simultan Bauran Pemasaran dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $260,308 > 3,10$ .

Hasil penelitian dengan taraf signifikansi 5% menemukan bahwa: (1) Bauran Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dan (3) Bauran Pemasaran dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Kualitas produk dan Kepuasan Konsumen.





## ABSTRACT

**Rakha Tri Kurnia (1402015133)**

### ***THE INFLUENCES OF MARKETING MIX AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN PURCHASING FRISIAN FLAG MILK AT INDOMART HALIM PERDANA KUSUMA, EAST JAKARTA.***

*The Thesis of Degree Program. Management Study Program. Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.*

*This study aims to determine the effect of each variable under study, namely between Marketing Mix and Product Quality on Consumer Satisfaction on the purchase of Frisian Flag Milk products at Indomart Halim Perdana Kusuma East Jakarta.*

*This study used a survey method with data collection techniques in the form of distributing questionnaires conducted to consumers who bought Frisian Flag milk products at Indomart Halim PK and measured using a Likert scale. The variables studied were Marketing Mix and Product Quality as the independent variable and Customer Satisfaction as the dependent variable. The sampling technique used in this study was the probability sampling technique using Slovin so that the sample numbered 90 people as respondents. Processing techniques using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) software version 20 and data analysis used in this study are validity test, reliability test, descriptive statistical analysis, multiple linear regression analysis, classical assumption test, correlation coefficient analysis, coefficient analysis, determination and hypothesis testing. The multiple linear regression model obtained is  $Y = 4.066 + 0.601 X_1 + 0.264 X_2 + e$ , the results of the classical assumption test show that the residuals are normally distributed, there is no multicollinearity, no autocorrelation and no heteroscedasticity.*

*The results of the multiple correlation coefficient analysis between the Marketing Mix and Product Quality variables on Customer Satisfaction are 0.926, which means that there is a strong positive relationship. The results of the study partially show that there is a positive and significant effect between Marketing Mix and Consumer Satisfaction with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and the value of  $t_{count} > t_{table}$  or  $5.652 > 1.98761$ . While the product quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and a value of  $t_{count} > t_{table}$  or  $4.644 > 1.98761$ . Simultaneously, the Marketing Mix and Product Quality have a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and the value of  $f_{count} > f_{table}$  or  $260.308 > 3.10$ .*

*The results of the study with a significance level of 5% found that: (1) Marketing Mix has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (2) Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction,*

*and (3) Marketing Mix and Product Quality jointly affect and significant towards Consumer Satisfaction.*

*Keywords: Marketing Mix, Product Quality and Customer Satisfaction*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas semua limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Susu *Frisian Flag* Di Indomart Halim PK Jakarta Timur” dengan sebaik- baiknya yang merupakan syarat untuk memenuhi ujian akhir (Skripsi).

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa tanpa bantuan, dukungan, bimbingan , kritik dan saran dari berbagai pihak, tugas skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan dan rasa terimakasih serta doa semoga Allah menambah kebaikan pada mereka khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M. Hum. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
2. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pro. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Budi Permana Yusuf, MM, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Edi Setiawan, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.



7. Kedua orang tua Bapak Agus Maulani dan Ibu Ukthi Komariah serta keluarga tercinta Shandy Tyas Maulana, Alfin Tyas Maulana, Ida Mulyani, Haifah, dan Haniah yang telah memberikan doa restu dan selalu menjadi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Anggi, Pepi, Inneke, Arifan, dan Junia senantiasa meluangkan waktu untuk menjadi pendukung setia segala kegiatan penulis.
9. Indra, Yudha, Torik, Arif, Reza, Idham, Fauzi, Iwan, Aldi, Faidh, Guruh, Boim, Adi, Mihyu, Havid, Faqih, Zeva, Alissa, Nnu, Dadu, Cupeng, Lee, Kenny, Adam, Luthfi, Abiyoga, Richie, dan semua teman yang saya tak bisa sebutkan namanya satu persatu yang senantiasa selalu memberikan dukungan serta keceriaan dan menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Keluarga *Game Racism Lifeafter*, *Black Ops RF*, *DotA* dan Teman teman magang dan karyawan di PT. Telkom Indonesia yang selalu memberikan support dan doa doa baiknya.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 5 Agustus 2021

  
Penulis  
(Rakha Tri Kurnia)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI/INTISARI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
Latar Belakang.....	1
Permasalahan.....	6
<i>Identifikasi Masalah</i> .....	6
<i>Pembatasan Masalah</i> .....	6
<i>Perumusan Masalah</i> .....	7
Tujuan Penelitian .....	8
Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
Gambaran Penelitian Terdahulu .....	10
Telaah Pustaka.....	21

<i>Pengertian Manajemen</i> .....	21
<i>Manajemen Pemasaran</i> .....	22
<i>Pengertian Manajemen Pemasaran</i> .....	21
<i>Bauran Pemasaran</i> .....	21
<i>Pengertian Bauran Pemasaran</i> .....	21
<i>Evolusi Faktor Bauran Pemasaran</i> .....	25
<i>Dimensi Bauran Pemasaran</i> .....	26
<i>Indikator Bauran Pemasaran</i> .....	29
<i>Kualitas Produk</i> .....	30
<i>Pengertian Kualitas Produk</i> .....	30
<i>Dimensi Kualitas Produk</i> .....	33
<i>Indikator Kualitas Produk</i> .....	34
<i>Kepuasan Konsumen</i> .....	36
<i>Definisi Kepuasan Konsumen</i> .....	36
<i>Pengukuran Kepuasan Konsumen</i> .....	39
<i>Dimensi Kepuasan Konsumen</i> .....	40
<i>Indikator Kepuasan Konsumen</i> .....	42
Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42
Rumusan Hipotesis .....	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	46
Metode Penelitian .....	46
Operasionalisasi Variabel.....	48
Populasi dan Sampel .....	54
<i>Populasi</i> .....	54
<i>Sampel</i> .....	54
Teknik Pengumpulan Data .....	55
<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i> .....	55
<i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	56
<i>Uji Kualitas Instrumen</i> .....	57
<i>Uji Validitas</i> .....	57
3.4.3.2 <i>Uji Reliabilitas</i> .....	58
Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	59



<i>Teknik Pengolahan Data</i> .....	59
<i>Analisis Deskriptif</i> .....	59
<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	61
<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	64
<i>Model Regresi Linier Berganda</i> .....	64
<i>Analisis Koefisien Korelasi</i> .....	65
<i>Uji Koefisien Determinasi</i> .....	66
<i>Uji Hipotesis</i> .....	67
<i>Uji Serentak (Uji Statistik F)</i> .....	67
<i>Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)</i> .....	68
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	69
Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	69
<i>Lokasi Penelitian</i> .....	69
<i>Sejarah Singkat Frisian Flag</i> .....	69
<i>Visi Frisian Flag</i> .....	70
<i>Misi Frisian Flag</i> .....	70
<i>Jenis-Jenis Produk Frisian Flag</i> .....	70
Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan .....	71
<i>Karakteristik Responden</i> .....	71
<i>Analisis Pervariabel</i> .....	74
<i>Bauran Pemasaran (X<sub>1</sub>)</i> .....	75
<i>Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)</i> .....	80
<i>Kepuasan Konsumen (Y)</i> .....	91
<i>Uji Validitas Kuesioner</i> .....	99
<i>Uji Reliabilitas Kuesioner</i> .....	102
<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	102
<i>Model Regresi Linier Berganda</i> .....	102
<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	104
<i>Uji Normalitas</i> .....	104
<i>Uji Multikolinieritas</i> .....	106
<i>Uji Heteroskedastisitas</i> .....	107
<i>Uji Autokorelasi</i> .....	108

<i>Analisis Koefisien Korelasi</i> .....	110
<i>Analisis Koefisien Korelasi Parsial</i> .....	110
<i>Analisis Koefisien Korelasi Simultan</i> .....	112
<i>Analisis Koefisien Determinasi</i> .....	113
<i>Uji Hipotesis</i> .....	114
<i>Uji Statistik t</i> .....	114
<i>Uji Statistik f</i> .....	116
Pembahasan .....	117
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	122
Kesimpulan.....	122
Saran .....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	125
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	128
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	165

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Data Penjualan Susu <i>Frisian Flag</i> di Indomaret Halim PK Tahun 2019.....	3
2	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	15
3	Operasionalisasi Variabel .....	47
4	Bobot Nilai Pengguna Skala <i>Likert</i> .....	56
5	Kriteria Persentase Tanggapan Responden.....	59
6	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi.....	63
7	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier .....	65
8	Karakteristik Responden dengan kategori Usia .....	60
9	Karakteristik Responden dengan kategori Pekerjaan .....	61
10	Karakteristik Responden dengan kategori Pendidikan .....	62
11	Karakteristik Responden dengan kategori Penghasilan.....	63
12	Saya Merasa Produk Memiliki Design / Kemasan dengan Tampilan Yang Menarik .....	64
13	Produk Memiliki Kualitas yang Baik .....	64
14	Produk Memiliki Harga yang Cukup Terjangkau .....	65
15	Harga Produk Sesuai dengan Kualitas yang Dimiliki .....	65
16	Di Indomart Halim PK Selalu Tersedia Produk Ini.....	66



17	Mudah Bagi Konsumen Menemukan Keberadaan Produk Ini Di Indomart Halim PK.....	66
18	Konsumen Mengenali Produk Ini Lewat Media Iklan Dan Sebagainya .....	67
19	Konsumen Mendapatkan Informasi yang Rinci dari Produk Ini Lewat Kegiatan Promosi yang Ada .....	68
20	Indikator Buaran Pemasaran ( $X_1$ ).....	68
21	Saya Merasa Kualitas Susu <i>Frisian Flag</i> Ini Baik .....	69
22	Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Banyak Manfaat untuk Kesehatan Tubuh .....	70
23	Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Banyak Varian Rasa .....	70
24	Saya Merasa Produk Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Ciri Khasnya Yang Membedakan dari Produk Susu yang Lain .....	71
25	Susu <i>Frisian Flag</i> Sangat Mudah di Konsumsi oleh Semua Kalangan .....	72
26	Saya Merasa Bahwa Susu <i>Frisian Flag</i> Sudah Dikenal oleh Banyak Kalangan.....	72
27	Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Standar Perizinan yang Sudah Sesuai .....	73
28	Saya Merasa Kualitas yang Diberikan oleh <i>Frisian Flag</i> Sesuai Dengan Standar Susu yang Baik .....	73
29	Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Masa Kadaluwarsa yang Baik....	74
30	Saya Merasa Susu <i>Frisian Flag</i> Bisa Dikonsumsi dalam Jangka Waktu yang Cukup Lama .....	74

31	Konsumen Menjadi Lebih Mudah Karena Kemasan Disesuaikan Dalam Berbagai Bentuk .....	75
32	Saya Merasa Produk Susu <i>Frisian Flag</i> Sangat Beragam Jenisnya Sehingga Semua Kalangan Bisa Mengkonsumsi .....	76
33	Susu <i>Frisian Flag</i> Dikemas dengan <i>Design</i> dan Tampilan yang Menarik Dilihat .....	76
34	Saya Merasa Design Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Keunikan Tersendiri .....	77
35	Merk Produk Ini Mudah Diingat dan Sudah Banyak Dikenal .	77
36	Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Harga yang Cukup Terjangkau ..	78
37	Indikator Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ).....	78
38	Saya Berharap Kualitas Produk Susu <i>Frisian Flag</i> Baik.....	80
39	Saya Berharap Manfaat Susu <i>Frisian</i> Benar Adanya.....	81
40	Saya Merasa Kualitas Susu <i>Frisian Flag</i> Sudah Baik.....	81
41	Saya Merasa Bahwa Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Beraneka Ragam Manfaat .....	82
42	Produk Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Harga yang Terjangkau Dengan Kualitas yang Baik.....	82
43	Dengan Produk Susu Lainnya yang Sejenis ,Kualitas Susu <i>Frisian Flag</i> Jauh Lebih Baik .....	83
44	Saya Merasa Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Harga yang jauh Lebih Murah .....	84
45	Saya Merasa Susu <i>Frisian Flag</i> Memiliki Manfaat yang jauh Lebih Baik .....	84
46	Produk Sesuai Harapan Karena Memiliki Kualitas yang Baik .....	85

47	Saya Merasa Banyak Konsumen yang Puas dengan Produk Susu Frisian Flag .....	86
48	Indikator Kepuasan Konsumen (Y) .....	86
49	Uji Validitas Variabel X <sub>1</sub> (Bauran Pemasaran) .....	88
50	Uji Validitas Variabel X <sub>2</sub> (Kualitas Produk).....	88
51	Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen) .....	89
52	Hasil Uji Reliabilitas.....	90
53	Hasil Regresi Linear Berganda.....	91
54	Hasil Uji Normalitas .....	92
55	Hasil Uji Multikolinieritas .....	94
56	Hasil Uji Autokolerasi .....	97
57	Hasil Uji Autokolerasi (Runs Test) .....	98
58	Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial Bauran Pemasaran dan Kepuasan Konsumen .....	99
59	Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial Kualitas dan Kepuasan Konsumen .....	99
60	Hasil Koefisien Korelasi Berganda .....	101
61	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	102
62	Uji Statistik t (Parsial).....	103
63	Uji Statistik f (Simultan) .....	104



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1	Grafik Tingkat Penjualan Susu <i>Frisian Flag</i> Indomart <i>Halim PK (2019)</i> .....	4
2	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	44
3	Produk Susu Fisian Flag .....	60
4	<i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	93
5	<i>Scatterplot</i> .....	96

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	128
2	Data Hasil Kuesioner I.....	133
3	Output Data SPSS .....	141
4	Tabel r.....	155
5	Tabel t.....	156
6	Tabel f.....	158
7	Tabel Durbin-Watson .....	160
8	Catatan Konsultasi Pembimbing I.....	163
9	Catatan Konsultasi Pembimbing II.....	164
10	Daftar Riwayat Hidup.....	165

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya Alam dan juga kaya akan sumber daya manusia. Tercatat bahwa di tahun 2019 ini total penduduk negara di Republik Indonesia ini sudah mencapai angka 267 juta jiwa, data ini didapat berdasarkan hasil Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) 2015. Karena hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa Indonesia semakin memadat penduduknya, hal ini memicu setiap orang untuk tetap bisa memenuhi kebutuhan dirinya dan juga keluarga.

Berdasarkan teori ekonomi, pada dasarnya kehidupan manusia yaitu untuk berusaha bagaimana caranya memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas, dengan pemenuh kebutuhan yang terbatas. Setiap individu memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda beda, tergantung dari umur, gender, tempat tinggal, pekerjaan, dan lain sebagainya, cara pemenuhan kebutuhannya pun berbeda beda.

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan konsumen itu sendiri. Seiring makin banyaknya aktivitas diluar rumah yang sangat bervariasi oleh manusia, maka kesempatan orang yang bersifat cepat, praktis dan nyaman semakin tinggi. Hal ini membawa dampak positif bagi para pengusaha untuk melihat peluang bisnis dan mempengaruhi konsumen

Indonesia yang bersifat konsumtif. Seiring semakin konsumtif dan bervariasi perilaku konsumen di Indonesia dan didukung dengan jumlah penduduk yang

besar maka tidak sedikit para pengusaha tertarik menjalankan bisnis atau usaha di bidang makanan dan minuman.

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin hari semakin berkembang. Setiap perusahaan dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi. Persaingan dimana perusahaan mengedepankan keunggulan masing-masing dan berusaha untuk memuaskan konsumen, salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kebutuhan seperti susu *Frisian Flag*, produk penjualan susu di Indomart Halim PK Jakarta Timur.

Susu merupakan sumber energi dan gizi yang sangat dibutuhkan oleh manusia, manfaat susu sebagai kesehatan dapat dicapai dengan mengonsumsi susu setiap hari. Konsumsi susu juga sangat penting untuk menjaga kesehatan yang baik dalam melakukan aktivitas normal, susu adalah sumber terbaik kalsium untuk semua kelompok umur.

Susu merupakan sumber pasokan kalsium terbaik untuk tubuh kita. Kalsium melindungi tubuh dari penyakit kronis utama seperti bahan kimia, kanker, keropos tulang, kondisi reumatik, sakit kepala migren, sindrom pramenstruasi, dan obesitas. Pada anak-anak susu dapat bermanfaat bagi pertumbuhan mereka. Dan salah satu perusahaan yang mengolah susu murni yaitu PT. *FRISIAN FLAG INDONESIA*, perusahaan ini mengolah susu murni menjadi susu bubuk, susu kental manis, dan susu siap minum. Salah satu produknya yaitu susu bubuk *Frisian Flag Vanilla* yang memiliki keistimewaan pada LC PUFA (*Long Chain Poly Unsaturated Fatty*) yang mengandung DHA dan EPA, ditambah jenis



vitamin dan 11 Mineral yang membantu pemenuhan kebutuhan gizi seluruh anggota keluarga.

Susu *Frisian Flag* siap minum juga memiliki beberapa pilihan rasa yaitu: *Frisian Flag Purefarm Full Cream*, *Frisian Flag Purefarm Flavour Milk* (*Coconut Delight, Swiss Chocolate, Strawberry*) dan *Frisian Flag Purefarm Low Fat* (*French Vanilla, Chocolate, Strawberry, Plain*).

Tepatnya pada bulan Oktober 2019 penulis memperoleh data tingkat penjualan Susu *Frisian Flag* di Indomart Halim PK Jakarta Timur sebagai berikut:

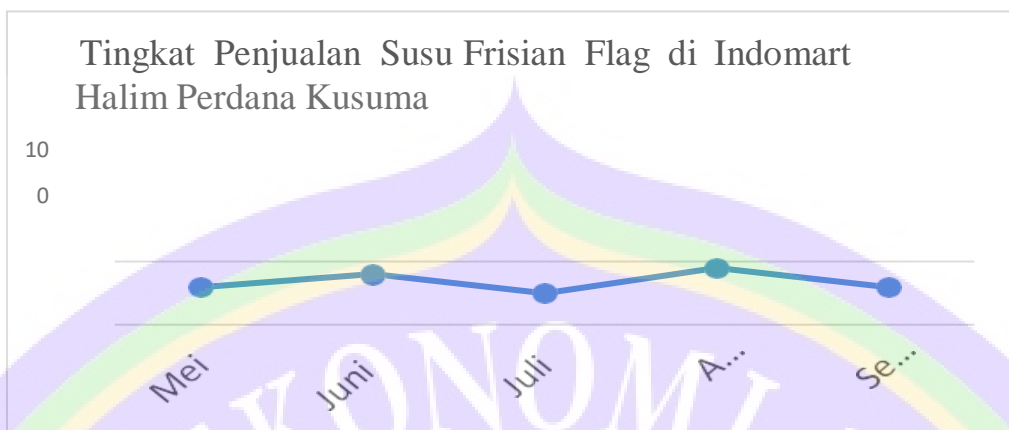
**Tabel 1**  
**Data penjualan susu *Frisian Flag* di Indomart Halim PK Tahun 2019**

Bulan	Tingkat Penjualan
Mei	6 karton
Juni	8 karton
Juli	5 karton
Agustus	9 karton
September	6 karton

*Sumber : Indomart Halim PK Th. 2019*

Kemudian dari tabel data penjualan tersebut Penulis mengolahnya kembali dalam bentuk Grafik sebagai berikut :

Gambar 1



Grafik tingkat penjualan Susu Frisian Flag Indomart Halim PK (2019)

Jika kita melihat grafik tingkat penjualan susu *Frisian Flag* diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terjadi fluktuasi penurunan penjualan Susu *Frisian Flag* di Indomart Halim PK dari bulan Juni ke Juli dan dari bulan Agustus ke bulan September dengan penurunan sebesar 30 %. Dengan menurunnya tingkat penjualan tersebut, tentunya telah terjadi suatu masalah serius yang mengarah pada kepuasan konsumen susu *Frisian Flag* di Indomart Halim PK Jakarta Timur. Tentunya banyak faktor-faktor yang mungkin bisa menjadi penyebab menurunnya kepuasan konsumen. Memang dapat dikatakan bahwa untuk memasarkan produk ini tidaklah begitu mudah, karena banyak sekali pesaing-pesaing yang memproduksi produk-produk olahan susu murni seperti, Dancow, Indomilk, Ultra Jaya, dan masih banyak lagi yang tentunya memiliki kualitas produk yang mungkin jauh lebih baik dari Susu *Frisian Flag*, sehingga membuat konsumen pun pada akhirnya lebih selektif pada pembelian susu yang mereka butuhkan.

Begitupun dengan bauran pemasaran yang sudah dilakukan oleh perusahaan. Menurut penulis, bauran pemasaran pada era modern ini sangatlah di butuhkan dalam menjalankan suatu kegiatan usaha, baik usaha kecil maupun usaha yang

sudah berkembang besar. Kegiatan tersebut dilakukan dengan maksud untuk mengingatkan konsumen mengenai produk atau jasa pada *brand* tertentu, selain itu kegiatan bauran promosi juga memberikan kemudahan dalam merencanakan strategi pemasaran selanjutnya, karena biasanya kegiatan promosi dijadikan sebagai cara berkomunikasi langsung dengan konsumen. Sehingga konsumen dapat memperoleh informasi akurat mengenai produk atau jasa tersebut.

Bauran promosi itu sendiri merupakan gabungan dari kegiatan promosi dalam satu produk yang di rancang untuk memberikan hasil maksimal agar konsumen tertarik dan ingin menggunakan produk tersebut.

Dan dalam hal ini masalah yang di hadapi oleh PT *Frisian Flag* saat ini menurut penulis adalah bagaimana konsumen terutama konsumen yang ada di indomart Halim bisa mengetahui tentang produk yang dibuat oleh PT *Frisian Flag* dan konsumen dapat mengetahui informasi tentang manfaat, mutu, dan kandungan yang ada pada susu siap minum *Frisian Flag* serta mengetahui kualitas dari produk *Frisian Flag*, karena melihat kembali beberapa faktor yang membawa pengaruh terhadap kepuasan konsumen salah satunya adalah bauran pemasaran dan kualitas produk. Dengan latar belakang ini maka penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh bauran promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pembelian susu *Frisian Flag* yang ada di Indomart Halim PK Jakarta Timur.

Berdasarkan kondisi permasalahan di atas dan untuk menyadari pentingnya bauran promosi dan kualitas produk dalam memajukan produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Dengan inilah dasar penulis berminat untuk mengangkat

masalah yang berhubungan dengan bauran promosi, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Dengan judul Skripsi “**Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Susu *Frisian Flag* Di Indomart Halim PK Jakarta Timur .”**

### **Permasalahan**

#### ***Identifikasi Masalah***

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirinci permasalahan yang menjadi penelitian yang diajukan dalam pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran yang dilakukan PT *Frisian Flag* pada penjualan di Indomaret ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk PT *Frisian Flag* yang ditawarkan kepada konsumen di Indomaret ?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap penjualan susu *Frisian Flag* di Indomaret ?
4. Apakah bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk susu *Frisian Flag* di Indomaret ?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk susu *Frisian Flag* di Indomaret ?
6. Apakah bauran pemasaran dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk susu *Frisian Flag* di Indomaret ?



### ***Pembatasan Masalah***

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di uraikan di atas, maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dibatasi pada Pengaruh Bauran Pemasaran ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Pada Pembelian Susu *Frisian Flag* Di Indomart Halim PK Jakarta Timur

### ***Perumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka perumusan masalah pada penulisan ini adalah:

1. Bagaimana bauran pemasaran yang di lakukan PT *Frisian Flag* di Indomaret ?
2. Bagaimana kualitas produk PT *Frisian Flag* di Indomaret ?
3. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap penjualan susu *Frisian Flag* di Indomaret ?
4. Adakah pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada produk susu *Frisian Flag* di Indomaret.
5. Adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk susu *Frisian Flag* di Indomaret.
6. Adakah pengaruh signifikan antara bauran pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk susu *Frisian Flag* di Indomaret.

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana bauran pemasaran yang di lakukan PT *Frisian Flag* di Indomaret ?
2. Mengetahui bagaimana kualitas produk PT *Frisian Flag* di Indomaret ?
3. Mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap penjualan susu *Frisian Flag* di Indomaret ?
4. Mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada produk susu *Frisian Flag* di Indomaret ?
5. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk susu *Frisian Flag* di Indomaret ?
6. Mengetahui pengaruh baurah pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk susu *Frisian Flag* di Indomaret ?

#### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan akan memberikaan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan berfikir dan ilmu pengetahuan di bidang manajemen sumber daya manusia dan dapat pula sebagai bekal diri untuk memasuki dunia kerja.

2. Bagi Pengembang Pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan atau sumber informasi kepustakaan bagi peneliti–peneliti lain yang akan melakukan penelitian

mengenai pemberian bauran promosi, kualitas produk, kepuasan konsumendan sumber daya manusia dalam mempromosikan produk.

### 3. Bagi Perusahaan

Dapat di jadikan suatu masukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh bauran pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen , dimana hasil ini di harapkan untuk menjadi sarana dalam pencapaian tujuan, agar perusahaan menjadikan penelitian ini sebagai sumber informasi bagi bahan evaluasi bauran promosi dan kualitas produk dimasa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Eric Kurnia. 2019. *Pengaruh Tagline dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya terhadap Behavioural Intention Produk Kuku Bima Ener-G di Wilayah Jakarta*. Jurnal Ekonomi, Vol. 21 No. 1. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/531/524>  
(Diunduh pada 20 Januari 2020, pukul 19.30)
- Amalia, Suri dan Ayu Novianti. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kanasha di Kota Langsa. Jurnal Majajemen dan Keuangan, Vol 5, No.1
- Arumsari, 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Barimodding Mustawadjhuhaefa, I. 2017. *Marketing Mix Service Quality Effect on Customer Satisfaction and Loyalty of Toyota Cars*. *Quest Journal, journal of Research in Business and Management*, 5 (2), 13-23. [https://www.academia.edu/33762700/Marketing\\_Mix\\_and\\_Service\\_Quality\\_Effect\\_on\\_Customer\\_Satisfaction\\_and\\_Loyalty\\_of\\_Toyota\\_Cars](https://www.academia.edu/33762700/Marketing_Mix_and_Service_Quality_Effect_on_Customer_Satisfaction_and_Loyalty_of_Toyota_Cars)  
(Diunduh pada 20 Januari 2020, pukul 19.00)
- Barnes, J. G. 2013. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi
- Christoper Lovelock dan H. Lauran K. Wright. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Terjemahan)*. Jakarta : PT. Indeks (Gramedia Group)
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T. Hani. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Enis, Ben M. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Edisi Revisi. Alih bahasa Buchari Alma. Bandung: CV. Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. 2018. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2016. *Metode Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: Derpublish.



Gunawan, Wahyu Tri. 2013. Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayananan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Texas Chicken Manado, Vol 1, No 4.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3414> (Diunduh pada 20 Januari 2020, pukul 19.00)

Jama, Mohamed Omar. 2013. *The Influence Of Service Quality, Product Quality, And Promotion, Toward Customer Satisfaction (Case Study Blue Bird Regular Taxi)*. Skripsi : Faculty Of Economics And Business State Islamic University ( Uin ) Syarif Hidayatullah Jakarta.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin, 12th Edition*, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.

Lembang, Rosvita Dua. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.

Narimawati, Umi dkk. 2012. *Penulisan karya Ilmiah*. Bekasi: Genesis.

Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : CV Pustaka Setia.

Pupuani, Ni wayan dan Eka Sulistyawati. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Perilaku Pembelian Ulang(Studi Kasus Pada Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent Di Kota Denpasar)*. Skripsi : Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.

R.Terry, George. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara

Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2013. *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: penerbit Erlangga.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sapre dalam Usman. 2013. *Manajemen*. Jakarta : Erlangga.

Sembiring, Inka Janita, dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 15 No. 1.

Setyo, Purnomo Edwin Setyo. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks"*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 6, 755 – 764.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sukanto, Raymond dan Daniel B Lumintan. 2015. The Impact of Marketing Mix towards Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction of Blackberry Indonesia. *iBuss Management* Vol. 3, No. 2, 316-324.  
<https://www.neliti.com/id/publications/185925/the-impact-of-marketing-mix-towards-customer-loyalty-mediated-by-customer-satisf> (Diunduh pada 20 Januari 2020, pukul 19.00)

Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).