

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PT. JUNGLELAND ASIA)**

**SKRIPSI**

**UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI SALAH  
SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI**

**Oleh:**

**Yogi Edward**

**NIM: S1-2015-034**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU  
EKONOMI BINANIAGA BOGOR**

**2019**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**JUDUL : ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA  
PT. JUNGLELAND INDONESIA)**

**OLEH : YOGI EDWARD**

**NPM : S1.2015.034**

**PEMBIMBING I**

**PEMBIMBING II**

**(YUSTIANA WARDHANI, Shut., MM)**

**(RATNO, SE., MM)**

**PENGUJI I**

**PENGUJI II**

**(Dr. Yuli Anwar, SE.,M.AK)**

**(Dedi Mulyadi, S.SI., M.KOM)**

**KETUA  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA BOGOR**

**(Dr. Yuli Anwar, SE., M.AK)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan terima kasih yang luar biasa kepada Tuhan Yang Mahaa Esa, yang telah memberikan akal pikir sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. Jungleland Asia)”. Data yang saya peroleh baik melalui studi pustaka yang dipelajari maupun dari studi lapangan yang selanjutnya dianalisis dan disusun dalam skripsi sebagai yang tersaji dalam karya tulis ini. Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Binaniaga.

Pembuatan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu saya ucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada kedua orang tua yang telah mendidik dan membiayai saya dari kecil hingga sekarang agar berguna bagi orang sekitar. Saya juga berterima kasih kepada ketiga kakak saya yang telah menjaga dan mengajari saya sedari dulu, saya juga ingin berterima kasih kepada teman-teman saya yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini. Pada kesempatan ini pula saya ini berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE, M.Ak, selaku ketua STIE Binaniaga Bogor
2. Ibu Yustiana Wardhani Shut., MM selaku Wakil Ketua STIE Binaniaga Bogor dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan masukkan serta waktu yang diberikan sehingga skripsi ini terselesaikan.

3. RATNO, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan masukan serta waktu yang diberikan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bogor, 04 Februari 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A.    Latar Belakang Masalah.....	2
B.    Identifikasi Masalah.....	11
C.    Batasan Masalah.....	11
D.    Rumusan Masalah .....	11
E.    Tujuan Penelitian .....	12
F.    Kegunaan Penelitian.....	12
G.    Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II    STUDI PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A.    Manajemen pemasaran.....	15
B.    Pemasaran .....	15
C.    Konsep Pemasaran .....	16
D.    Perilaku Konsumen .....	17
E.    Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	18
F.    Bauran Pemasaran.....	19
G.    Kepuasan Konsumen.....	28
H.    Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	29

I.	Kerangka Pemikiran.....	30
J.	Penelitian Terdahulu .....	31
K.	Hipotesis Penelitian .....	33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A.	Metode Penelitian.....	34
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
C.	Variabel Operasional.....	34
D.	Populasi Dan Sampel .....	38
E.	Jenis Dan Sumber Data .....	40
F.	Metode Pengumpulan Data.....	40
G.	Instrumen Penelitian.....	41
H.	Metode Dan Analisis Data .....	42
BAB IV	PEMBAHASAN.....	56
A.	Sejarah Singkat Perusahaan .....	56
B.	Analisis Data Responden .....	57
C.	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk.....	65
D.	Hasil Uji Persyaratan SEM .....	68
E.	Proses Analisis Data.....	72
F.	Uji Hipotesis.....	81
G.	Pembahasan.....	84
BAB V	PEMBAHASAN .....	89
A.	Kesimpulan .....	87
B.	Saran.....	88
	DAFTAR PUSTAKA .....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Data Jumlah Pengunjung Jungleland Adventure Theme Park 2016-2017 .....	9
Tabel 2. Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3. Indikator Variabel Penelitian .....	42
Tabel 4. Tabel Persamaan Struktural .....	45
Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 6. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 7. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
Tabel 8. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 9. Profil Responden Tentang Informasi Jungleland Adventure Theme Park .....	62
Tabel 10. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	63
Tabel 11. Profil Responden Berdasarkan Kunjungan .....	64
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Indikator .....	65
Tabel 13. <i>Variance Extract</i> dan <i>Construct Reliability</i> .....	67
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas Data <i>Structural Model</i> .....	68
Tabel 15. <i>Observations Farthest From The Centroid (Mahalanobis distance)</i> (Group Number 1) .....	69
Tabel 16. <i>Standardized Regression Weights (Loading Factor)</i> <i>Measurement Model Produk</i> .....	74
Tabel 17. <i>Standardized Regression Weights (Loading Factor)</i> <i>Measurement Model Harga</i> .....	75

Tabel 18. <i>Standardized Regression Weights (Loading Factor)</i>	
<i>Measurement Model Tempat</i> .....	76
Tabel 19. <i>Standardized Regression Weights (Loading Factor)</i>	
<i>Measurement Model Promosi</i> .....	78
Tabel 20. <i>Standardized Regression Weights (Loading Factor)</i>	
<i>Measurement Model Kepuasan</i> .....	79
Tabel 21. <i>Godness-of-fit Indicates Full Mode</i> .....	81
Tabel 22. <i>Regression Weights</i> .....	82



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 2. Diagram Jalur Variabel X Terhadap Y .....	45
Gambar 3. Grafik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4. Grafik Responden Berdasarkan Usia .....	59
Gambar 5. Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
Gambar 6. Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Gambar 7. Grafik Responden Berdasarkan Informasi Tentang Jungleland Adventure Theme park .....	62
Gambar 8. Grafik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	63
Gambar 9. Grafik Responden Berdasarkan Kunjungan .....	64
Gambar 10. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Produk .....	73
Gambar 11. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Harga.....	75
Gambar 12. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Tempat .....	76
Gambar 13. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Promosi .....	77
Gambar 14. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Kepuasan .....	79
Gambar 15. Hasil Olah Data Full Model SEM Dengan Amos .....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2. Tabulasi Data Mentah.....	96
Lampiran 3. Hasil Amos .....	98