



**ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PROVIDER XL DI JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

CYNTIA CLARA SIRAIT 1610111075

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PROVIDER XL DI JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

CYNTIA CLARA SIRAIT 1610111075

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Cyntia Clara Sirait

NIM : 1610111075

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 22 Januari 2021

Yang menyatakan,



(Cyntia Clara Sirait)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Cyntia Clara Sirait
NIM.	: 1610111075
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: S1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**“ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PROVIDER XL DI JAKARTA UTARA”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 22 Januari 2021

Yang menyatakan,



(Cyntia Clara Sirait)

SKRIPSI

**ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PROVIDER DI JAKARTA UTARA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

CYNTIA CLARA SIRAIT 1610111075

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 09 Februari 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Tati Handayani, SE., MM
Ketua Penguji



Dra. Pusporini, M.M
Penguji I



Rosali, S.E, M.M
Penguji II (Pembimbing II)



Dr Dianwicakasih Arieftiara, S.E., A.K., M.Ak., C.A, CSRS
Dekan



Wahyudi, SE.,MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 09 Februari 2021

**MARKETING MIX ANALYSIS ON CUSTOMER SATISFACTION OF XL
PROVIDERS IN NORTH JAKARTA**

By Cyntia Clara Sirait

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product variables, price, place, promotion, process, and physical evidence on customer satisfaction of XL providers in North Jakarta. The method used is quantitative with descriptive analysis techniques followed by inferential analysis techniques using SmartPLS tools. This population collection is taken from customers who have used or are currently using XL providers in North Jakarta. Sampling using non probability sampling. Sources of data obtained through the results of distributing questionnaires as many as 100 respondents. The results obtained are (1) product has no significant effect on customer satisfaction, (2) price has a significant effect on customer satisfaction, (3) promotion does not have a significant effect on customer satisfaction, (4) place has a significant effect on customer satisfaction (5) people who have a significant effect on customer satisfaction, (6) process has no significant effect on customer satisfaction, (7) physical evidence does not have a significant effect on customer satisfaction. The limitation of this research is due to the pandemic. The distribution uses the G-Form so that it is less close to the respondents.

Keywords: *Marketing Mix, SmartPLS3.0, Customer Satisfaction.*

ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PROVIDER XL DI JAKARTA UTARA

Oleh Cyntia Clara Sirait

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya pengaruh variabel produk, harga, tempat, promosi, proses, orang dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan provider XL di Jakarta Utara. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan Teknik analisis deskriptif dilanjut dengan Teknik analisis inferensial dengan menggunakan alat bantu *SmartPLS*. Pengambilan populasi ini diambil dari pelanggan yang pernah menggunakan atau yang sedang menggunakan provider XL di Jakarta Utara. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Sumber data didapatkan melalui hasil penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden. Hasil yang diperoleh yaitu (1) produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (4) tempat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (5) orang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (6) proses tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (7) bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keterbatasan penelitian ini karena adanya pandemi. Penyebaran menggunakan *G-Form* sehingga kurang pendekatan pada responden.

Kata Kunci: *Marketing Mix, SmartPLS3.0, Kepuasan Pelanggan.*



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA.2020/2021



Pada hari Selasa, tanggal 09 Februari 2021, telah melaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Cyntia Clara Sirait
Nomor Induk Mahasiswa : 1610111075
Program Studi : S1 Manajemen

**“ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI JAKARTA UTARA”**

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~***)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, S.E,M.M	<u>Ketua</u>	1 
2	Dra. Pusporini, M.M	<u>Anggota I</u>	2 
3	Rosali, S.E, M.M	<u>Anggota II**)</u>	3 

Catatan :

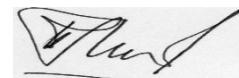
*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

JAKARTA, 09 Februari 2021

MENGESAHKAN

A.n. Dekan Kaprog



Wahyudi, S.E, M.M

PRAKATA

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar, hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Judul pada penelitian skripsi ini adalah “Analisis *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider XL di Jakarta Utara”. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, serta Ibu Dra. A. Bernadin Dwi M, M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibu Rosali S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian ini berjalan. Serta kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama perkuliahan.

Disamping itu, ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Raja Sirait dan Mama Latifah selaku kedua orang tua tercinta, adik serta seluruh keluarga besar yang tiada hentinya memberikan do’a dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi, serta sahabat-sahabat tercinta yaitu Dini, Ute, Indah dan Evry. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada teman – teman seperjuangan Manajemen S1 angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya bagi kalian yang telah membantu dan mendukung selama penulisan skripsi ini.

Jakarta, 15 Oktober 2020

Cyntia Clara Sirait

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	7
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	18
2.2.3.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	19
2.2.3.2 Elemen – Elemen Kepuasan Pelanggan	22
2.2.3.3 Karakteristik Kepuasan Pelanggan	23
2.2.3.4 Faktor – Faktor Yang Menentukan Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan	23
2.2.3.5 Memulihkan Ketidakpuasan Pelanggan	24
2.2.4 Bauran Pemasaran	25
2.2.5 Produk (<i>Product</i>).....	27
2.2.6 Harga (<i>Price</i>).....	32
2.2.7 Promosi (<i>Promotion</i>).....	34
2.2.8 Distribusi (<i>Distribution</i>)/ Tempat.....	35
2.2.9 Orang (<i>People</i>).....	38

2.2.10	Proses (<i>Process</i>).....	39
2.2.11	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	40
2.3	Model Penelitian Empirik.....	41
2.4	Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.1.1	Definisi Operasional.....	43
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	45
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	46
3.3	Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1.	Jenis Data	48
3.3.2.	Sumber Data.....	48
3.3.3.	Pengumpulan Data	48
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	50
3.4.1	Teknik Analisis Data.....	50
3.4.1.1	Analisis Deskriptif	50
3.4.1.2	Analisis Inferensial.....	52
3.4.1.3	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	52
3.4.1.3.1	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS)	53
3.4.1.3.2	Langkah – Langkah <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	53
3.4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	55
3.4.2.1	Uji Validitas	55
3.4.2.2	Uji Reliabilitas	56
3.4.3	Uji Hipotesis.....	57
3.4.3.1.	Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	57
3.4.3.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
3.5	Kerangka Pemikiran.....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	60
4.1.1	Sejarah XL Axiata.....	60
4.2	Deskripsi Data	62
4.2.1	Deskripsi Data Responden	62
4.2.2	Analisis Deskriptif.....	65
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis	74
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	74
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen	76
4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	78
4.3.1.3	Uji Reliabilitas <i>Partial Least Square</i>	79

4.3.2	Model Structural (<i>Inner Model</i>).....	80
4.3.2.1	R – Square	81
4.3.2.2	Uji Hipotesis.....	82
4.3.2.3	Uji t – Statistik	84
4.4	Pembahasan	85
4.4.1	Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	86
4.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	86
4.4.3	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	87
4.4.4	Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan	88
4.4.5	Pengaruh Orang Terhadap Kepuasan Pelanggan	88
4.4.6	Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	89
4.4.7	Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan	90
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		96
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1. Data Top Brand Index Telekomunikasi.....	2
Tabel 2. Data Pengguna Provider di Indonesia.....	2
Tabel 3. Data Review aplikasi di Google Play Store dari pelanggan	3
Tabel 4. Matriks Penelitian Sebelumnya	14
Tabel 5. Pengukuran Variabel.....	45
Tabel 6. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 7. Kisi – Kisi Instrumen	49
Tabel 8. Interpretasi Nilai Persentase Responden.....	56
Tabel 9. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	57
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili atau Berkativitas di Wilayah Jakarta Utara	63
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	71
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	72
Tabel 15. Hasil Jawaban Responden Terhadap Produk.....	74
Tabel 16. Hasil Jawaban Responden Terhadap Harga.....	68
Tabel 17. Hasil Jawaban Responden Terhadap Promosi	77
Tabel 18. Hasil Jawaban Responden Terhadap Distribusi.....	78
Tabel 19. Hasil Jawaban Responden Terhadap Orang	80
Tabel 20. Hasil Jawaban Responden Terhadap Proses	81
Tabel 21. Hasil Jawaban Responden Terhadap Bukti Fisik.....	82
Tabel 22. <i>Outer Loading Factor</i> Hasil Output PLS.....	76
Tabel 23. <i>Fornell-Lacker Criterium</i>	78
Tabel 24. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Hasil <i>Output PLS</i>	83
Tabel 25. <i>Composite Reliability</i> Hasil Output PLS	79
Tabel 26. <i>Cronbach's Alpha</i> Hasil pengolahan <i>Output PLS</i>	80
Table 27. Nilai R-Square Hasil Output PLS	81
Tabel 28. Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur.....	82
Tabel 29. Hasil Uji t-Statistik	84

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	26
Gambar 2. Langkah – Langkah PLS	53
Gambar 3. Kerangka Model Penelitian	75
Gambar 4. Outer Model	75
Gambar 5. Inner Model	81

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Daftar Pertanyaan
- Lampiran 3 Data Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 6 Hasil Output Outer Model PLS .
- Lampiran 9 t – Tabel
- Lampiran 10 Hasil Turnitin