

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUH CITRA PRODUK
SHUTTLECOCK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG
BERDAMPAK PADA KEPUASAN KONSUMEN**

(Di Perusahaan Shuttlecock “LIYA”)



SKRIPSI

**Untuk Memeperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri
Pada Universita Muhammadiyah Surakarta**

Oleh:

Achmad Gunawan

D600120025/2012

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULSTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUH CITRA PRODUK SHUTTLECOCK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA KEPUASAN KONSUMEN (Di Perusahaan Shuttlecock “LIYA”)

Tugas Akhir ini telah diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari : Sabtu
Tanggal : 8 - 4 - 2017

Disusun Oleh :

Nama : Achmad Gunawan
NIM : D600120025
Jur/Fak : Teknik Industri/Teknik

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing



(Ahmad Kholid Al-ghofari ST.MT)

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUH CITRA PRODUK SHUTTLECOCK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA KEPUASAN KONSUMEN (Di Perusahaan Shuttlecock "LIYA")

Telah dipertahankan pada sidang pendadaran tingkat Sarjana Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

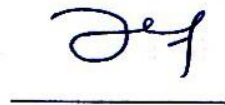
Hari : Sabtu
Tanggal : 8-4-2017

Menyetujui,

Dewan Penguji

1. Ahmad Kholid Al Ghofari, ST. MT
(Ketua Dewan Penguji)
2. Much. Djunaidi, ST, MT
(Anggota Dewan Penguji I)
3. Hafidh Munawir, ST, M. Eng
(Anggota Dewan Penguji II)

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik



Ir. Sri Sumartono, MT. Ph.D

Ketua Jurusan Teknik Industri



Eko Setiawan, ST. MT. Ph.D



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS TEKNIK

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **ACHMAD GUNAWAN**
NIRM : **D600120025**
Jurusan : **TEKNIK INDUSTRI**
Judul Skripsi : **ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN
PENGARUH CITRA PRODUK SHUTTLECOCK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG
BERDAMPAK PADA KEPUASAN KONSUMEN
(Di Perusahaan Shuttlecock "LIYA")**

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 25 Maret 2017

Yang membuat pernyataan,

(ACHMAD GUNAWAN)

HALAMAN MOTTO

Wahai orang-orang yang beriman.
Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat.
Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar
(Q.S Al-Baqarah:153)

Sesungguhnya bersama kesulitan itu pasti ada kemudahan
Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan)
tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)
dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap
(Q.S Al-Insyirah: 6-8)

“Untuk menuju sebuah kesuksesan maka jangan pernah kau turunkan
tujuanmu, melainkan tingkatkanlah usahamu”
(Penulis)

“Waktu adalah uang, tetapi uang tak bisa membeli waktu! sebanyak
apapun uang yang kau miliki kau tidak akan sanggup membeli waktu-
waktu yang terbang”
(Penulis)

“Orang yang menuntut ilmu bearti menuntut rahmat ; orang yang
menuntut ilmu bearti menjalankan rukun Islam dan Pahala yang
diberikan kepada sama dengan para Nabi” .
(HR. Dailani dari Anas r.a)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis yang sederhana dari penulis ini, dengan kerendahan hati dan kesabaran kami persembahkan untuk :

- ALLAH SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya
- Nabi muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan dan membawa perubahan dari jaman jahiliyah ke jaman yang terang benderang
- Bapak Ibu saya yang sangat saya cintai dan semua keluarga yang saya sayangi terimakasih atas doanya
- Untuk Rani Suryaningtyas yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangatnya.
- Untuk teman-teman IE 12 yang selalu memberi arahan dan dukungan
- Untuk sahabat saya Yasin cak Rul dan Ma'ruf Tebo yang selalu membantu dalam proses penelitian dari awal samapai selesainya Tugas Akhir ini
- Untuk teman-teman kos Al-hanif yang selalu memberikan motivasi dan dan saran-sarannya
- Untuk semua teman-teman yang mungkin tak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas doa yang telah kalian berikan
- Untuk Pembimbing Tugas Akhir, Pembimbing Akademik dan para Dosen beserta Staff di jurusan Teknik Industri yang telah memberikan bimbingan, saran, motivasi dan doanya
- Dan juga untuk Almamaterku yang selalu aku banggakan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbil'alamiin, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Sang Pencipta Alam Semesta atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini. Judul skripsi mengenai **“ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN PENGARUH CITRA PRODUK SHUTTLECOCK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA KEPUASAN KONSUMEN (Di Perusahaan Shuttlecock LIYA)”** yang mana merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Studi (S1) Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta telah selesai disusun.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini mendapatkan banyak bantuan, bimbingan dan tentunya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung, telah ikut membantu lancarnya proses penulisan skripsi ini, dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Allah Azza Wa Jalla yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunian-Nya dan segala kekuatan, petunjuk dan kemudahan untuk semuanya.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan suri tauladan dan telah membawa perubahan pada umat muslim dari jaman jahiliyah ke jaman yang terang benderang.
3. Bapak Ibu dan semua Keluarga yang selalu mensupport dan memberikan dukungan maupun doanya hingga sampai selesainya menempuh pendidikan S1
4. Ibu Mila Faula Sifa ST.MT selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan banyak saran kepada penulis selama masa kuliah.
5. Bapak Ahmad Kholid Al-ghofari ST.MT selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak membantu proses penyelesaian tugas akhir ini serta nasehat yang diberikan sehingga dapat selesai sampai seperti ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen maupun semua Staff Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta
7. Rani Suryaningtyas yang selama ini selalu jadi motivator, penyemangat dan selalu jadi inspirasi dalam penyelesaian penelitian Tugas Akhir ini
8. Sahabat saya Yasin cak Rul dan Ma'ruf Tebo yang selalu membantu dalam proses penelitian dari awal samapai selesainya Tugas Akhir ini
9. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2012 yang selalu ada untuk membantu dan mendoakan agar Tugas Akhir ini selesai.

Tidak ada yang sempurna di dunia ini, begitu pula dengan tugas akhir ini yang masih jauh dari kata sempurna. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan tugas akhir ini agar dapat menghasilkan karya yang lebih baik di masa mendatang.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 25 Maret 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan	4
D. Manfaat	4
E. Batasan Masalah.....	5
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Bauran Pemasaran	7
2. Citra Merek	9
3. Keputusan Pembelian.....	10
4. Kepuasan konsumen.....	14
5. Shuttlecock.....	19
6. Populasi dan Sampel	19
7. Kuesioner	20
8. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22

9. Pengembangan Hipotesis	23
B. Penelitian Terkait	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Obyek Penelitian	26
B. Populasi dan Sampel	26
C. Prosedur Penelitian.....	27
D. Pengumpulan Data	29
E. Definisi Operasional dan Variabel	30
F. Teknik Pengolahan Data	31
1. Uji Kualitas Data.....	31
2. Analisa Data	32
a. Statistik Deskriptif	32
b. Regresi Linier Berganda	32
c. Ujikelayakan Model	33
d. Pengujian Hipotesis.....	33
G. Kerangka Pemecahan Masalah	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Responden.....	36
1. Jenis Kelamin Responden	36
2. Usia Responden.....	37
3. Pekerjaan Responden	38
4. Pendapatan Responden.....	39
B. Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
1. Variabel Bauran Pemasaran	40
2. Variabel Citra Merek.....	43
3. Variabel Keputusan Pembelian	46
4. Variabel Kepuasan Konsumen.....	49
C. Uji Kualitas Data.....	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reliabilitas	54
D. Analisis Data	55

1. Analisa Statistik Deskriptif	55
2. Analisa Regresi	55
3. Koefisien Determinasi.....	57
4. Uji F	57
5. Uji Hipotesis	58
E. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
C. Keterbatasan Penelitian.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Flowcart penelitian.....	35
Gambar 4.1 Jenis kelamin responden.....	36
Gambar 4.2 Usia responden	37
Gambar 4.3 Pekerjaan responden.....	38
Gambar 4.4 Pendapatn responden.....	39
Gambar 4.5 Hubungan pengaruh bauran pemasaran, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.....	59
Gambar 4.6 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi operasional variabel	22
Tabel 3.1 Pengukuran variabel.....	30
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden	36
Tabel 4.2 Usia responden	37
Tabel 4.3 Pekerjaan responden	38
Tabel 4.4 Pendapatan responden.....	39
Tabel 4.5 Variabel bauran pemasaran.....	40
Tabel 4.6 Dimensi produk.....	40
Tabel 4.7 Dimensi harga	41
Tabel 4.8 Dimensi promosi	42
Tabel 4.9 Dimensi lokasi.....	42
Tabel 4.10 Variabel citra merek.....	43
Tabel 4.11 Dimensi keunggulan merek	44
Tabel 4.12 Dimensi kekuatan merek.....	44
Tabel 4.13 Dimensi keunikan merek	45
Tabel 4.14 Variabel keputusan pembelian	46
Tabel 4.15 Dimensi pengenalan.....	46
Tabel 4.16 Dimensi pencarian informasi	47
Tabel 4.17 Dimensi seleksi produk.....	48
Tabel 4.18 Penentuan pilihan dan meluruskan apa yang akan dibeli	48
Tabel 4.19 Penggunaan pasca pembelian.....	49
Tabel 4.20 Variabel kepuasan konsumen.....	50
Tabel 4.21 Dimensi <i>Overall satisfaction</i>	50
Tabel 4.22 Dimensi <i>Confirmation of expectation</i>	51
Tabel 4.23 Dimensi <i>Comparision of ideal</i>	51
Tabel 4.24 Uji validitas variabel (X1), (X2), (Y1) dan (Y2)	53
Tabel 4.25 Hasil pengujian reliabilitas	54
Tabel 4.26 Statistik Diskriftif.....	55
Tabel 4.27 Ringkasan hasil analisis regresi	56

Tabel 4.28 Koefisien determinasi tahap I	57
Tabel 4.39 Koefisien determinasi tahap II	57
Tabel 4.30 Uji F ANOVA.....	57
Tabel 4.31 Uji hipotesis bauran pemasaran	58
Tabel 4.32 Uji hipotesis citra merek	58
Tabel 4.33 Uji hipotesis retailer tahap I	63
Tabel 4.34 Uji hipotesis retailer tahap II.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Definisi operasional dan pengukuran variabel
- Lampiran 3 : Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 4 : Pengujian SPSS
(Validitas, Reliabilitas, Analisis regresi)
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Lain-lain

Abstrak

Penciptaan kesan terhadap suatu merek menjadi salah satu alat untuk menarik konsumen, agar konsumen lebih loyal terhadap suatu merek tersebut dan membuat konsumen selalu mengingat brand tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis suatu variabel bauran pemasaran dan citra merek terhadap suatu keputusan pembelian yang berdampak pada kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen yang membeli produk shuttlecock LIYA. Sampel diambil secara *purposive sampling* atau pengambilan data dengan pertimbangan tertentu dengan pertimbangan sampel pada penelitian ini ialah beberapa konsumen yang membeli dan mempercayai produk shuttlecock LIYA lebih dari sekali. Pengujian penelitian menggunakan regresi linier berganda. Untuk hasil dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa dari bauran pemasaran memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (2,445) dengan nilai signifikansinya 0,016, sehingga citra merek tidak memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian maupun kepuasan untuk konsumen (-0,211) dengan nilai signifikansinya 0,833 dan keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (0,224) dengan nilai signifikansinya 0,027.

Kata Kunci : *Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian, Bauran Pemasaran.*

Abstract

Creation of an impression to a brand become one of the tools to attract consumers, so that consumers are more loyal to a brand and make consumers remember the brand. This study aims to analyze a variable marketing mix and brand image to a purchasing decision that impact on customer satisfaction. The samples used for this study as many as 100 of those consumers who buy products shuttlecock LIYA. Sample was taken by purposive sampling or data collection with particular consideration the samples in this study are some consumers who purchase and trust products shuttlecock LIYA more than once. Testing study using multiple linear regression. For the results of this study can be concluded that of the marketing mix had a positive influence on purchase decisions (2,445) with a significance value of 0.016, so that the brand image does not have a positive influence on purchasing decisions and consumer satisfaction (-0.211) with a significance value of 0,833 and a decision purchases positive effect on customer satisfaction (.224) with a significance value of 0.027.

Keywords: *Brand Image, Customer Satisfaction, Purchase Decision, Marketing Mix.*