

**ANALISIS IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN MUJIGAE RESTO  
SUMMARECON MALL BEKASI  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI BEKASI UTARA)**

**SKRIPSI**

Oleh :  
**Rahayu Eka Putri**  
201710325020



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Implementasi *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mujigae Resto Summarecon Mall Bekasi “Studi Kasus Pada Konsumen di Bekasi Utara”

Nama Mahasiswa : Rahayu Eka Putri

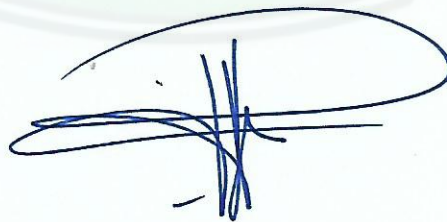
Nomo Pokok Mahasiswa : 201710325020

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

Jakarta, 08 Februari 2021

MENYETUJUI,



Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA

NIDN 0309048102

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Implementasi *Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mujigae Resto Summarecon Mall Bekasi “Studi Kasus Pada Konsumen di Bekasi Utara”

Nama Mahasiswa : Rahayu Eka Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325020

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

Jakarta, 08 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M.Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN 0325057908

Penguji I : Agus Dharmanto, S.E., M.M

NIDN 0305087310

Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA

NIDN 0309048102



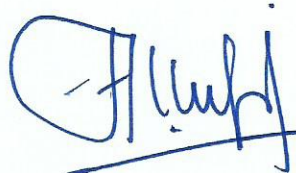
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



M.Fadhli Nursal, S.E., M.M  
NIDN 0325057908



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.  
NIDN 0318107101

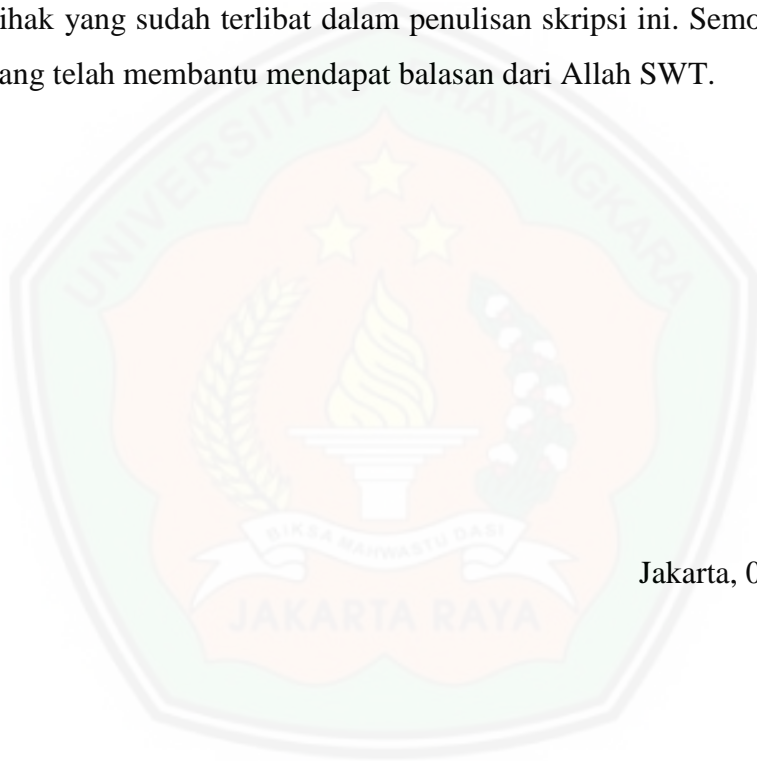
## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Implementasi *Marketing Mix* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mujigae Resto (Studi Kasus Pada Konsumen Di Bekasi Utara)”. dengan baik dan tepat waktu.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis juga tidak luput mendapat bantuan yang berharga dari banyak pihak. Selain bimbingan dan ketulusan membantu, penulis juga mendapatkan dukungan moral yang sangat penting guna terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya juga telah memberikan kesehatan, kelancaran, serta kemudahan.
2. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
3. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CACP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
4. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
5. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, juga senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
6. Bapak Christophorus Indra Wahyu Putra, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.

8. Kedua Orang Tua penulis yaitu Bapak Junaedi dan Ibu Humrotul Jannah, Adik penulis Destia Anggun Dwi Lestari dan Irfan Tri Firmansyah, beserta keluarga besar penulis yang telah memberikan doa dan motivasi.
9. Meja 11 Squad (Anisfu Dwi Yanti, Acchedya Jagaddhita, Aisyah Indriani Hakim, Andini Deno Fajarningrum), Hana Sabrina Fauziah, Afifah Salim, dan Deri Eko Nurmansah serta teman teman kelas Manajemen 7C1 yang tidak bisa disebutkan satu persatu dan semua pihak yang telah membantutelah memberikan bantuannya sehingga skripsi ini selesai. Demikian ucapan terimakasih penulis yang dapat diberikan kepada semua pihak yang sudah terlibat dalam penulisan skripsi ini. Semoga semua pihak yang telah membantu mendapat balasan dari Allah SWT.



Jakarta, 08 Februari 2021

Penulis

Rahayu Eka Putri

201710325020

## ABSTRAK

**Rahayu Eka Putri, 201710325020.** Skripsi dengan judul : *Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mujigae Resto (Studi Kasus Pada Konsumen Di Bekasi Utara)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *marketing mix* berpengaruh pada kepuasan konsumen mujigae resto, apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen mujigae resto, dan apakah keduanya berpengaruh pada kepuasan konsumen mujigae resto. Hasil yang didapat penulis dalam penelitian ini yaitu untuk variabel *marketing mix* karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,54 > 1,6648$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), dapat ditarik kesimpulan bahwa *marketing mix* pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, untuk variabel kualitas pelayanan karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $5,99 > 1,6648$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan untuk pengaruh keduanya karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel ( $73,193 > 3,11$ ), dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  dapat ditarik kesimpulan bahwa *marketing mix* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan simultan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** Marketing Mix, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Mujigae Resto.

## ABSTRACT

*Rahayu Eka Putri, 201710325020. Thesis with the title: Analysis of Marketing Mix Implementation and Service Quality Towards Customer Satisfaction Mujigae Resto Summarecon Mall Bekasi (Case Study on Consumers in North Bekasi). This study aims to determine whether the marketing mix affects customer satisfaction Mujigae restaurant, whether service quality affects satisfaction Mujigae Restaurant consumers, and whether both of them have an effect on customer satisfaction Mujigae Restaurant. The results obtained by the authors in this study are for the marketing mix variable because the  $t$  value is greater than the  $t$  table ( $4.54 > 1.6648$ ) and the significance value is smaller than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), it can be concluded that the marketing mix has a significant effect on customer satisfaction, for service quality variables because the  $t$  value is greater than  $t$  table ( $5.99 > 1.6648$ ) and the significance value is less than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), it can be concluded that service quality has a significant effect on k customer satisfaction, and for the effect of both because the calculated  $F$  value is greater than  $F$  table ( $73,193 > 3,11$ ), and a significance value of  $0.000 < 0.05$ , it can be concluded that the marketing mix and service quality have a positive and simultaneous effect on customer satisfaction.*

**Keyword :** *Marketing Mix, Service Quality, Customer Satisfaction, Mujigae Resto.*

## LEMBAR PERNYATAAN

Skripsi yang berjudul Analisis Implementasi *Marketing Mix* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mujigae Resto Summarecon Mall Bekasi (Studi Kasus Pada Konsumen Di Bekasi Utara) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan-Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 08 Februari 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Rahayu Eka Putri

201710325020



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Latar Belakang .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Masalah .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Bauran Pemasaran .....	7
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	7
2.1.2 Strategi Bauran Pemasaran .....	7
2.2 Kualitas Pelayanan .....	10
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	10
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	12

2.2.3 Unsur Kualitas Pelayanan .....	13
2.3 Kepuasan Pelanggan .....	15
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	15
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	16
2.4 Penelitian Terdahulu .....	18
2.5 Kerangka Pemikiran .....	20
2.6 Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Desain Penelitian .....	22
3.2 Tahap Penelitian .....	22
3.3 Model Konseptual .....	23
3.4 Operasional Variabel .....	24
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian .....	26
3.6 Metode Pengambilan Sampel .....	26
3.6.1 Populasi .....	26
3.6.2 Sampel .....	27
3.7 Metode Pengujian Data .....	28
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	28
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	29
3.7.2.1 Uji Normalitas .....	29
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas .....	30
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	30
3.7.3 Analisa Regresi Berganda .....	31
3.7.4 Uji Hipotesis .....	31
3.7.4.1 Uji T (Parsial) .....	32

3.7.4.2 Uji F (Uji Signifikan Silmutan) .....	32
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi .....	32
<b>BAB IV ANALISA &amp; PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Mujigae, Bibimbap & Casual Korean Food (Mujigae Resto) .....	34
4.1.1 Sejarah Mujigae, Bibimbap & Casual Korean Food (Mujigae Resto) .....	34
4.1.2 Visi & Misi, Produk & Layanan Mujigae, Bibimbap & Casual Korean Food (Mujigae Resto) .....	35
4.2 Hasil Analisa Data .....	37
4.2.1 Penyebaran Kuesioner .....	37
4.2.2 Identitas Responden .....	38
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelurahan .....	38
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
4.2.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	39
4.2.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	40
4.2.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Seringnya Mengunjungi Mujigae Resto .....	40
4.3 Metode Pengujian Data .....	41
4.3.1 Uji Validitas .....	41
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	44
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	46
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas .....	49
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	50
4.3.3 Uji Analisis Regresi Berganda .....	51
4.3.4 Uji Hipotesis .....	53
4.3.5.1 Uji T .....	53
4.3.5.2 Uji F .....	54

4.3.5 Uji Koefisien Determinasi .....	55
4.4 Pembahasan.....	56
4.4.1 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....	56
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ...	56
4.4.3 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan .....	58
5.1.1 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> (X1) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
5.1.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
5.1.3 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....	59
5.2 Implikasi Manajerial .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survei <i>Top Brand Index</i> Restoran Korea .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	24
Tabel 3.2 Karakteristik Penilaian Skala Likert ( <i>Likert Scale</i> ) .....	26
Tabel 4.1 Menu Makanan Mujigae .....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Marketing Mix</i> .....	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Marketing Mix</i> .....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen .....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolieniritas .....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Multikolieniritas .....	50
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji T .....	53
Tabel 4.13 Kesimpulan Hasil Uji T .....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji F .....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	20
Gambar 3.1 Model Konseptual .....	23
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Kecamatan .....	38
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia .....	39
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	40
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Seringnya Mengunjungi Mujigae Resto .....	40
Gambar 4.6 Histogram Uji Normalitas .....	48
Gambar 4.7 Diagram P-Plot Uji Normalitas .....	48
Gambar 4.8 Diagram Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51