

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN**  
**Studi Pada Pelanggan Bengkel *Autorized* Piaggio Vespa Rawamangun**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen – Strata 1



**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA  
2016**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN” (Studi Pada Pelanggan Bengkel *Autorized* Piaggio Vespa Rawamangun) yang menjadi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Program Studi Strata Satu di Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Satya Negara Indonesia.

Seluruh kegiatan ini tentunya tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, kepada :

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Prof. Dr. Lijan P. Sinambela, MM, MPd.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia, Adolfo Nainggolan, SE, M.Ak
3. Ketua Jurusan Manajemen, GL.Hery Prasetya, SE.MM yang telah memberikan banyak arahan selama ini.

4. Ibu Lucy Nancy Simatupang, SE., MM selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. Arifin Siagian, SE., MM selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan pengerjaan skripsi ini sehingga terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh pimpinan beserta karyawan PT Meta Dwiguna Transcop cabang Rawamangun yang telah membantu dalam pengumpulan data dan menyediakan lokasi penelitian.
7. Orangtuaku, Istri yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa yang tiada henti untuk mendoakan kumenjadi orang yang sukses.
8. Tak lupa terima kasih penulis ucapkan bagi semua pihak yang tidak dapat Penulis ungkapkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jakarta, 16 Agustus 2016

Alex Hartono

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Bauran pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Bengkel Piaggio Vespa Rawamangun tidak diketahui jumlahnya. Jumlah sampel yang berhasil di tarik sebanyak 77 responden, ditentukan menggunakan metode *Non Probability sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*. Metode pengambilan data dengan *survey* menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan Regresi Linear Berganda dengan SPSS 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t diketahui variabel Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan variabel Orang berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa efek variabel bauran pemasaran jasa berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Lokasi dan Orang dan Kepuasan Pelanggan



## **ABSTRACT**

*The purpose of this study to analyze the influence of marketing mix Services to Customer Satisfaction. The population in this study are all Piaggio Vespa Shop customers Rawamangun unknown number. The number of samples that succeeded in drag as many as 77 respondents, determined using the method of Non Probability sampling with Sampling Metode Accidental techniques to collect data by using kuesioner. Analisis survey data using linear regression with SPSS 22.0*

*The results showed that the t test results are known variables Product, Price, Promotion, and the location is no significant effect on customer satisfaction, while the variable Person significantly affect customer satisfaction and based on the test results F is known that the effect of variable marketing mix effect together the Customer Satisfaction*

*Keywords: Product, Price, Promotion, Location and People and Customer Satisfaction*

