

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA PRODUK  
SEPATU MEREK ADIDAS DI YOGYAKARTA**

*AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MINGLED MARKETING FACTORS ON THE  
SATISFACTION OF ADIDAS SHOES' CUSTOMERS IN YOGYAKARTA*

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



Oleh

**MUHAMMAD SAFIQ  
20050410122**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2012**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN**  
**TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA PRODUK**  
**SEPATU MEREK ADIDAS DI YOGYAKARTA**

*AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MINGLED MARKETING FACTORS ON THE*  
*SATISFACTION OF ADIDAS SHOES' CUSTOMERS IN YOGYAKARTA*

Diajukan oleh  
MUHAMMAD SAFIQ  
20050410122

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.  
NIK: 143012

Tanggal 3 Juni 2012

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN**  
**TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA PRODUK**  
**SEPATU MEREK ADIDAS DI YOGYAKARTA**

*AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MINGLED MARKETING FACTORS ON THE  
SATISFACTION OF ADIDAS SHOES' CUSTOMERS IN YOGYAKARTA*

**Diajukan oleh**

MUHAMMAD SAFIQ  
20050410050

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 27 Juni 2012  
Yang Terdiri dari

Hasnah Rimiati, S.E.,M.SI  
Ketua Tim Penguji

Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M  
Anggota Tim Penguji

Lela Hinasah, S.E., M.SI  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, M.Si.  
NIK: 143016

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Safiq

Nomor Mahasiswa : 20050410122

Menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul: “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Produk Sepatu Merek Adidas di Yogyakarta, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam Skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 3 Juni 2012

Muhammad Safiq

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhan mu lah hendaknya kamu berharap”.

**(Qs. Alam Nasyrh: 6-8)**

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu berat, kecuali bagi orang-orang yang khusus’.

**(Qs. A Baqorah: 45)**

“Bila anda berani bermimpi tentang sukses berarti anda sudah memegang kunci kesuksesan hanya tinggal berusaha mencari lubang kuncinya untuk membuka gerbang kesuksesan”

**(john Savique Capone)**

“tuhan mungkin tidak pernah mengabulkan doa kita dengan fisik,tapi tuhan memberi kita pentunjuk dan jalan untuk mendapatkannya”

**(john savique capone)**

“2 kunci berjalan dalam hidup,belajar dengan orang yang sukses dan belajar dengan orang yang gagal dalam hidup dan bisnisnya”

**(john savique capone)**

### **Skripsi ini penulis kepada:**

Papah, Mamah ku tercinta dan tersayang Serta seluruh Keluarga Besar ku. Terimakasih atas Doa, Kasih sayang, Kesabaran dan Dorongan baik Moril maupun Materiil sehingga putra mu ini bisa melangkah untuk meraih cita-cita.

Kakak-kakaku (Nizar zulfi S.E, Achtar Faiz S.IP). Dan Adikku (Muhammad Rishad S.H) Terimakasih atas Doa, Perhatian dan Support.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh faktor-faktor bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pengguna produk sepatu merek Adidas di Yogyakarta. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran angket kepada 96 orang pengguna sepatu merek Adidas di tempat-tempat olah raga. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda.

Hasil pengujian regresi secara simultan menunjukkan *customer solution*, *cost*, *convenience*, dan *communication* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna produk sepatu merek Adidas. Hasil pengujian regresi secara parsial menunjukkan: *customer solution* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna produk sepatu merek Adidas, *cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna produk sepatu merek Adidas, *convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna produk sepatu merek Adidas, *communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna produk sepatu merek Adidas. *Customer solution* dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pengguna produk sepatu merek Adidas.

**Kata kunci:** *customer solution*, *cost*, *convenience*, *communication*, kepuasan konsumen.

## **ABSTRACT**

This research aims at analyzing the influence of mingled marketing factors on the satisfaction of Adidas shoes' customers. Data of the research were obtained by distributing questionnaires to 96 Adidas shoes' customers in sport areas. The data analysis was done by double linier regression.

The result of the regression test simultaneously shows that customer solution, cost, convenience, and communication have influence on the satisfaction of Adidas shoes' customers. Meanwhile, the result of the regression test partially shows that customer solution has positive and significant influence on the satisfaction of Adidas shoes' customers ; communication also has positive and significant influence on the satisfaction of Adidas shoes' customers. Customer solution has dominant influence on the satisfaction of Adidas shoes' customers.

Keywords: customer solution, cost, convenience, communication, customers' satisfaction

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Sholawat dan salam senantiasa kami panjatkan kepada jujungan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta mereka yang mengemban sunnah-Nya sampai akhir zaman.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan ramhat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Produk Sepatu Merek Adidas di Yogyakarta”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. H. Dasron Hamid, M.Sc., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Nano Prawoto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhamamdiyah Yogyakarta.
3. Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis.
4. Keluarga besar Bapak Uminto Giring Wibowo SE, MM, MH selaku Guru spiritual, penasehat dan inspirasi selama ini.



5. Semuah teman teman Alumni Ekonomi UMY 2005 (Bayu Hardyansah Batu Bara,S.E, Feristian Arinata S.E.,M.Hum, Nadeir husain S.E, Drg Lukman Noor Hakim . Dedy Yuswandi Amd) Yang telah memberikan support dan motifasi selama ini.
6. Semuah teman teman yang lain zaenal Arifin S.P, Adhitya Aji Gautama S.H, Septian Wahyu Robby S.E, Denny Chandra S.H, dr ferry Fauzi Annor, dr syahrodi, dr kresna handaya, Denny Annurisra S.E.
7. Semuah Keluarga besar PWMY (paguyuban warga magetan yogyakarta).
8. Semuah keluarga besar YAPMI (yayasan persaudaraan muslim indonesia).
9. Seluruh keluarga besar PT MURAH BARU LEATHER .
10. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diharapkan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, ..... 2012

Muhammad Safiq

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
INTISARI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Batasan Masalah Penelitian .....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	8
1. Perilaku Konsumen .....	8
2. Tahapan Keputusan Konsumen .....	9

3. Kepuasan Konsumen .....	11
4. Bauran Pemasaran .....	11
5. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen	15
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Hipotesis Penelitian .....	19
D. Model Penelitian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	23
B. Teknik Pengambilan Sampel .....	23
C. Jenis Data .....	24
D. Teknik Pengumpulan Data .....	24
E. Definisi Operasional Variabel .....	24
F. Uji Kualitas Instrumen .....	27
1. Uji Validitas .....	27
2. Uji Reliabilitas .....	27
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	27
1. Analisis Deskriptif .....	27
2. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penyebaran Kuesioner .....	30
B. Deskripsi Responden .....	30
C. Uji Kualitas Instrumen .....	32
D. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	34

1. Uji F .....	35
2. Koefisien Determinasi .....	36
E. Pembahasan .....	36
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Kesimpulan .....	40
B. Keterbatasan Penelitian .....	41
C. Saran .....	41
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....	31
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Solution</i> , <i>Cost</i> , <i>Convenience</i> , <i>Communication</i> dan Kepuasan Konsumen .....	32
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas .....	33
Tabel 4.4. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi Pengaruh <i>customer solution</i> ( $X_1$ ), <i>cost</i> ( $X_2$ ), <i>convenience</i> ( $X_3$ ) dan <i>communication</i> ( $X_4$ ) terhadap kepuasan konsumen .....	34

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian .....	22
------------------------------------	----