

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
PADA JASA PANGKAS RAMBUT BARBERSHOP STUDIO
SURABAYA**



Oleh :

DENYS CHANDRA IRAWAN

NBI : 211207436

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : DENYS CHANDRA IRAWAN
N. B. I : 211207436
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN PADA JASA PANGKAS RAMBUT
BARBERSHOP STUDIO SURABAYA

Surabaya, 23 Januari 2017

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,


Drs. Ec. I B Cempena, MM.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Diperhatikan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : 10 Februari 2017

TIM PENGUJI :

1. Drs. Ec. I B Cempena, MM.

2. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si.

3. drg. Pramita Studiviany, MM.

TANDA TANGAN

- Ketua : 

- Anggota : 

- Anggota : 

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dehan,


Dr. Sigit Sardjono, M.Ec
NPP : 20210.86.0070

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang Bertanda Tangan dibawah ini:

Nama : Denyys Chandra Irawan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl Krukah Selatan 14b no.8 Surabaya

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA JASA PANGKAS RAMBUT BARBERSHOP STUDIO SURABAYA

Adalah hasil kerrja Tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel; Skripsi; Thesis ataupun Desertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Surabaya.

Surabaya, 2017

Yang Membuat



Denys Chandra Irawan

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Saya sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: DENYS CHANDRA IKAWAN
NIDN: 211207436
Fakultas: EKONOMI
Program Studi: MANAJEMEN
Jenis Karya: Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk
menyerahkan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus
1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive
Royalty-Free Right) atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH SAURAN PEMASARAN DATA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA DATA PANEKAT RAMBUT
BARBERSHOP STUDIO SURABAYA

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-
Free Right), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau
memformalkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database),
menawar, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal: _____

Yang Menyatakan,



DENYS CHANDRA I.

HALAMAN MOTTO

A. Moto

1. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. **(Q.S Al-Insyirah 6-7)**
2. Selagi masih muda banyak-banyaklah menggali ilmu supaya berguna dikelak nanti

B. Persembahan

1. Ibu dan Bapakku, yang telah mendukungku, memberiku motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tak mungkin bisa ku balas dengan apapun

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T, karena berkat rahmat, taufiq serta hidayah-Nya yang berupa ilmu dan kesempatan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Sholawat dan salam penulis sanjungkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah menuntun ke jalan yang di ridhoi.

Penyusunan Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Skripsi ini dapat terselesaikan tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, dari pihak keluarga, dosen, kerabat, maupun pihak lain yang membantu, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Drg. Hj. Ida Ayu Brahmasari, Dipl.DHE, MPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Sigit Sardjono, DR., M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. I. A. Sri Brahmayanti, Dra. Ec., MM. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Drs. Ec. Ida Bagus Cempena, MM. selaku Dosen Pembimbing yang berkenan memberikan waktu untuk membimbing penulis dan memberikan pengarahan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
5. Seluruh dosen, staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya banyak membantu penulis selama ini.

6. Kedua Orang tua yang selama ini selalu memberikan do'a, dukungan, kesabaran dan kasih sayang yang luar biasa, dan juga menjadi penyemangat hidup penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Saudara penulis semua yang sudah banyak membantu penulis dalam bentuk doa, dukungan maupun materi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Semua teman – teman Fakultas Ekonomi maupun teman KKN yang tidak dapat disebutkan satu per satu, banyak membantu penulis dalam bentuk doa maupun dukungan.
9. Seluruh responden Barbershop studio Surabaya yang telah membantu mengisi kuesioner penulis untuk dijadikan sampel penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 23 Januari 2017

Denys Chandra Irawan

ABSTRACT

Appearance has always been a major point in one's judgment. The assessment will include physical appearance, nature, and / or personality. Amid the interactions that exist between humans, the need to always look neat has become a good. Not even a few of the men who try to meet the guidance by going to a salon or barbershop to tidy his hair.

The author tries to do this research to find out how far the influence of service marketing mix (product, price, promotion, place / location, person, process and physical evidence) to consumer decision at Barbershop Studio Surabaya barber shop, because marketing mix is one of the things very important for the continuity of a business's business if the company can use the marketing mix accurately and accurately.

In this study the data were collected with aids in the form of questionnaires to 100 respondents who were taken from the population. The analysis used is multiple linear regression analysis, with validity test instrument test, reliability test, and determination using computer application program SPSS 22.0.

The results of partial test (t test) are Product (X1), Promotion (X3), Location / Place (X4), Person (X5), and Physical Evidence (X7) have significant influence to consumer decision, while Price (X2) and Process (X6) has no significant effect on consumer decision. The result of simultaneous test (F test) shows that $51,712 \geq 2.11$ therefore H_0 is rejected and H_a accepted which means that independent variables are marketing mix (product X1, price X2, promotion X3, location / place X4, person X5, process X6, and physical evidence X7) simultaneously (together) to the dependent variable ie consumer decision (Y). There is one independent variable between product X1, price X2, promotion X3, location / place X4, person X5, process X6, and physical evidence X7 the most dominant influence to consumer decisions on Barbershop Studio Surabaya haircare services ". shows that the most high value beta coefficients is promotion that is equal to 0,569.

Keywords: Product, Price, Promotion, Location / Place, Person, Process, Physical Evidence, and Consumer Decision

RINGKASAN

Penampilan selalu menjadi titik utama dalam menilai seseorang. Penilaian tersebut akan mencakup tampilan fisik, sifat, dan atau pun kepribadian. Ditengah interaksi yang ada antar manusia, kebutuhan untuk selalu tampil rapih telah menjadi suatu keharusan. Bahkan tidak sedikit dari kaum pria yang berusaha memenuhi tuntutan tersebut dengan mendatangi salon atau barbershop untuk sekedar merapikan rambutnya.

Penulis mencoba melakukan penelitian ini untuk mengetahui seberapa jauhkah pengaruh bauran pemasaran jasa (produk, harga, promosi, tempat/ lokasi, orang, proses dan bukti fisik) terhadap keputusan konsumen pada jasa pangkas rambut Barbershop Studio Surabaya, karena bauran pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis suatu usaha apabila perusahaan itu dapat menggunakan bauran-bauran pemasaran dengan tepat dan akurat.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner terhadap 100 responden yang di ambil dari jumlah populasi. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, dengan uji instrumen uji validitas, uji reliabilitas, dan determinasi menggunakan aplikasi komputer program SPSS 22.0

Hasil dari uji parsial (uji t) adalah Produk (X1), Promosi (X3), Lokasi/Tempat (X4), Orang (X5), dan Bukti Fisik (X7) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, sedangkan Harga (X2) dan Proses (X6) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Hasil perhitungan uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa $f_{hitung} 51,712 \geq f_{tabel} 2,11$ oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel bebas yaitu bauran pemasaran (produk X1, harga X2, promosi X3, lokasi/tempat X4, orang X5, proses X6, dan bukti fisik X7) secara simultan (bersama – sama) terhadap variabel terikat yaitu keputusan konsumen (Y). Ada salah satu variabel bebas antara produk X1, harga X2, promosi X3, lokasi/tempat X4, orang X5, proses X6, dan bukti fisik X7 yang pengaruhnya paling dominan terhadap keputusan konsumen pada jasa pangkas rambut Barbershop Studio Surabaya". Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *coefficients beta* yang paling tinggi nilainya adalah promosi yaitu sebesar 0,569.

Kata Kunci: Produk, harga, Promosi, Lokasi / tempat, Orang, Proses, Bukti Fisik, dan Keputusan Konsumen

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----------|
| HALAMAN SAMBUNG..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRACT..... | ix |
| RINGKASAN | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis..... | 5 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu..... | 7 |
| 2.2. Landasan Teori..... | 8 |
| 2.2.1. Manajemen Pemasaran | 8 |
| 2.2.2. Pemasaran Jasa | 10 |
| 2.2.3. Perilaku Konsumen..... | 11 |
| 2.2.4. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 12 |
| 2.2.5. Bauran Pemasaran Jasa..... | 12 |
| 2.2.6. Keputusan Pembelian | 19 |
| 2.2.7. Proses Pengambilan Keputusan | 20 |

| | | |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3. | Hubungan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen..... | 21 |
| 2.4. | Kerangka Konseptual..... | 22 |
| 2.5. | Hipotesis | 23 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 25 |
| 3.1. | Desain Penelitian | 25 |
| 3.2. | Tempat dan Waktu | 25 |
| 3.3. | Jenis dan Sumber Data..... | 26 |
| 3.3.1. | Jenis Penelitian | 26 |
| 3.3.1.1. | Data Kualitatif..... | 26 |
| 3.3.1.2. | Data Kuantitatif..... | 26 |
| 3.3.2. | Sumber Data | 26 |
| 3.3.2.1. | Data Primer | 26 |
| 3.3.2.2. | Data Sekunder..... | 27 |
| 3.4. | Populasi dan Sampel..... | 27 |
| 3.4.1. | Populasi..... | 27 |
| 3.4.2. | Sampel | 27 |
| 3.5. | Definisi Variabel dan Definisi Operasional..... | 28 |
| 3.5.1. | Definisi Variabel..... | 28 |
| 3.5.2. | Definisi Operasional | 30 |
| 3.6. | Skala Pengukuran Variabel..... | 32 |
| 3.7. | Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |
| 3.7.1. | Studi Kepustakaan | 33 |
| 3.7.2. | Studi Lapangan | 33 |
| 3.8. | Proses Pengolahan Data..... | 34 |
| 3.9. | Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data..... | 35 |
| 3.9.1. | Uji Validitas..... | 35 |
| 3.9.2. | Uji Reliabilitas | 36 |
| 3.9.3. | Regresi Linier Berganda | 37 |
| 3.9.4. | Koefisien Korelasi Berganda | 38 |
| 3.9.5. | Koefisien Determinasi Berganda | 38 |
| 3.9.6. | Uji F (Uji Simultan)..... | 39 |
| 3.9.7. | Uji t (Uji Parsial)..... | 40 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN | 41 |
| 4.1. Profil Perusahaan | 41 |
| 4.2. Visi dan Misi..... | 42 |
| 4.3. Gambaran Umum Barbershop | 42 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 43 |
| 5.1. Deskripsi Hasil Penelitian..... | 43 |
| 5.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 43 |
| 5.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 44 |
| 5.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 45 |
| 5.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran..... | 46 |
| 5.2. Deskripsi Variabel Penelitian | 47 |
| 5.2.1. Deskripsi Variabel Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Tempat, (X4), Orang (X5), Proses (X6), dan Bukti Fisik (X7) | 47 |
| 5.2.2. Deskripsi Variabel Keputusan Konsumen Pada Jasa Pangkas Rambut Barbershop Studio Surabaya (Y) | 55 |
| 5.3. Uji Prasyarat Analisis/ Uji Instrumen | 56 |
| 5.3.1. Uji Validitas | 56 |
| 5.3.2. Uji Reliabilitas | 58 |
| 5.3.3. Regresi Linier Berganda | 59 |
| 5.3.4. Koefisien Korelasi (r) Berganda | 61 |
| 5.3.5. Analisis Determinasi Berganda (r^2) | 62 |
| 5.4. Pengujian Hipotesis | 63 |
| 5.4.1. Uji F (Uji Simultan)..... | 63 |
| 5.4.2. Uji t (Uji Parsial)..... | 64 |
| 5.5. Pembahasan Hasil Penelitian | 67 |
| BAB VI SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN..... | 71 |
| 6.1. Simpulan | 71 |
| 6.2. Implikasi | 72 |
| 6.3. Saran | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 74 |
| LAMPIRAN..... | 76 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Instrumen Skala Linkert | 32 |
| Tabel 5. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| Tabel 5. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia..... | 45 |
| Tabel 5. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 46 |
| Tabel 5. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran | 47 |
| Tabel 5. 5 Hasil analisis Produk (X1) | 48 |
| Tabel 5. 6 Hasil analisis Harga (X2) | 49 |
| Tabel 5. 7 Hasil analisis Promosi(X3)..... | 50 |
| Tabel 5. 8 Hasil analisis Lokasi/Tempat (X4)..... | 51 |
| Tabel 5. 9 Hasil analisis Orang (X5) | 52 |
| Tabel 5. 10 Hasil analisis Proses (X6) | 53 |
| Tabel 5. 11 Hasil analisis Bukti Fisik (X7) | 54 |
| Tabel 5. 12 Hasil analisis Keputusan Konsumen (Y) | 55 |
| Tabel 5. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian | 57 |
| Tabel 5. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian | 58 |
| Tabel 5. 15 Regresi Linier Berganda..... | 59 |
| Tabel 5. 16 Pedoman Koefisien Korelasi | 62 |
| Tabel 5. 17 Koefisien Determinasi | 62 |
| Tabel 5. 18 Hasil pengujian hasil uji F..... | 63 |
| Tabel 5. 19 Hasil Pengujian Uji t | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|----------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian | 21 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Uji Parsial..... | 22 |
| Gambar 2. 3 kerangka Konseptual Uji Simultan..... | 23 |
| Gambar 3. 1 Kurva Uji F..... | 39 |
| Gambar 3. 2 Kurva Uji t..... | 40 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 : Kuesioner..... | 77 |
| Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden..... | 81 |
| Lampiran 3 : Frequencies Identitas Responden | 83 |
| Lampiran 4 :Tabel Frekuensi Jawaban Responden..... | 84 |
| Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliability | 91 |
| Lampiran 6 : Uji Regression | 100 |