

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN BANK BRI
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



Oleh :

Alexander Fidei Pradnyananda Christi / 17 03 23563

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

2021

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN BANK BRI
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



Disusun oleh:

Alexander Fidei Pradnyananda Christi

NPM: 17 03 2563

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Nadia Nila Sari.,SE.,MBA

9 Agustus 2021



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 1146/JJ/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 10 September 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua Penguji)
2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. (Anggota)
3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Alexander Fidei Pradnyananda Christy

NPM : 170323563

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Alexander Fidei Pradnyananda Christy telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dean,



Desa Bedi Suprpto, MBA., Ph.D.
Dean of Faculty of Business and Economics

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi telah melewati beragam kendala-kendala dan kesulitan. Akan tetapi dalam proses penyusunan skripsi ini tidak luput dari peran pihak-pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam mendukung, membimbing, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orangtua penulis. Ayah Henricus Maria Ukung Pranidhana Mama Yustina Titien Hadyastuti yang memberikan dukungan, doa, motivasi secara terus menerus kepada penulis. Terima kasih telah menjadi penyemangat utama serta memotivasi penulis untuk memenuhi janji menyelesaikan pendidikan ini.
2. Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan doa, dukungan dan nasihat kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
3. Ibu Nadia Nila Sari., SE., MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktu untuk memberikam ilmu, saran, dan kritik yang baik dan bermanfaat bagi penulis dalam proses pengerjaan skripsi. Terima kasih berkenan meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, memberikan referensi, ide, saran, nasihat dan peduli dengan setiap permasalahan yang

dihadapi penulis dari awal sampai selesainya penulisan skripsi ini. Semoga Ibu diberikan kesabaran dan kesehatan serta dalam lindungan Tuhan.

4. Bapak Dr. C. Handoyo Wibisono, MM selaku dosen pembimbing akademik selama kuliah yang memberikan ilmu, saran dan kritik yang baik kepada penulis dalam perkuliahan ini.
5. Angela Chiesa Vidyananda Christi dan Clara Shelsi Titananda Christi selaku adik penulis yang memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga penulis selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Maria Veronica Amara Alfianti selaku pacar yang selalu menemani, mendoakan, memotivasi, menghibur dan menyemangati penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Steve, Tara, Yosie selaku sahabat terbaik penulis yang selalu menyemangati penulis dan menghibur penulis. Terima kasih sudah menemani, mendoakan dan memberi semangat kepada penulis.
8. Michael dan Fang – Fang yang menyemangati, memotivasi dan saling bertukar ilmu dalam penulisan skripsi ini.
9. Veli, Abel, Andre, Anas, Tidar, Dhamar, Tisya, Amo, Jason, Effia, Kenny yang membantu penulis dan memberikan saran – saran kepada penulis.
10. Seluruh keluarga besar Senat Mahasiswa FBE UAJY. Terimakasih atas dinamikanya yang luar biasa, pengalaman – pengalaman yang sangat luar biasa bisa bergabung di Senat Mahasiswa FBE UAJY yang diberikan selama ini.
11. Seluruh teman – teman FBE UAJY angkatan 2017, terimakasih atas dinamika dan kebersamaan selama menempuh pendidikan.

12. Seluruh teman – teman jurusan akuntansi angkatan 2017, terimakasih atas dinamika dan kebersamaan selama menempuh pendidikan.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terimakasih.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang membutuhkan dan semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Yogyakarta, 9 Agustus 2021

Alexander Fidei Pradnyananda Christi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT KETERANGAN KAMPUS.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Laporan.....	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1. Bauran Pemasaran (7P).....	13
2.1.2. Dimensi-dimensi Bauran Pemasaran (7P).....	14
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	31
2.3.1. Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.3.2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.3.3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.....	32
2.3.4. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.....	32
2.3.5. Pengaruh Orang terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.3.6. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.3.7. Pengaruh Proses terhadap Kepuasan Konsumen.....	34

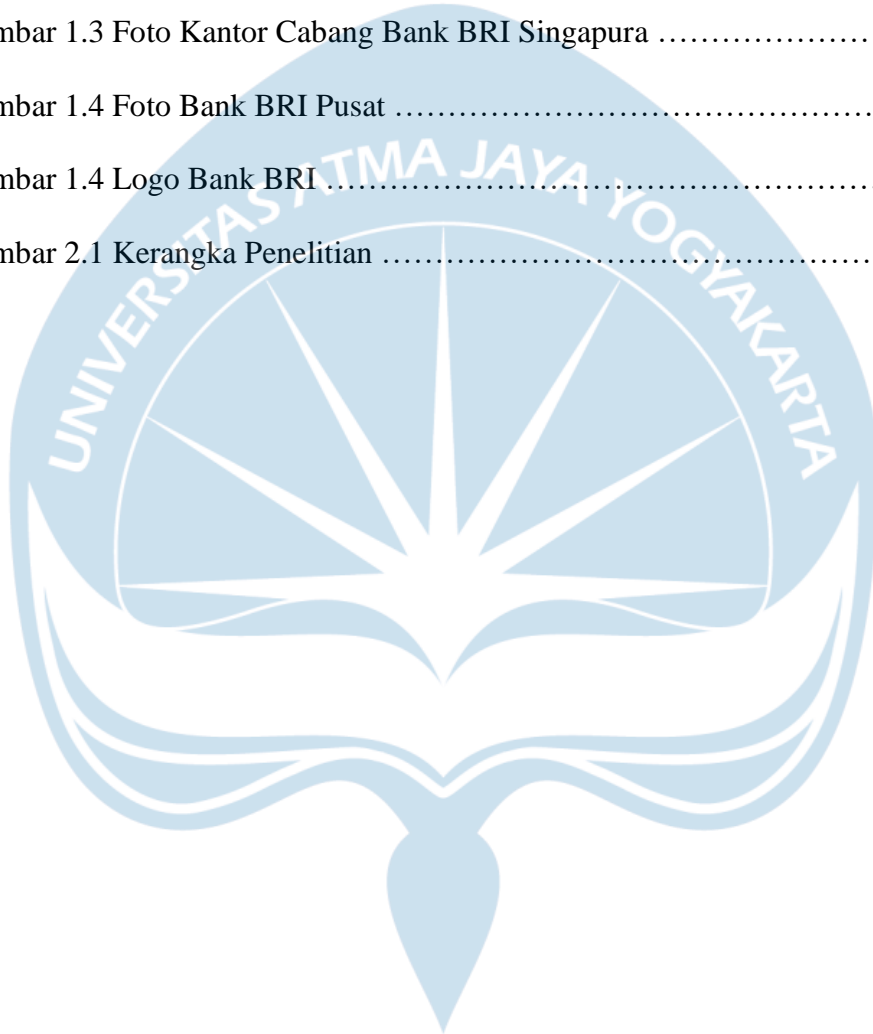
2.4.	Kerangka Penelitian	35
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1.	Jenis Penelitian	36
3.2.	Objek Penelitian	36
3.3.	Subjek Penelitian	37
3.4.	Populasi Penelitian	37
3.5.	Sampel Penelitian	37
3.6.	Metode Pengumpulan data	38
3.7.	Pengukuran variabel	38
3.8.	Definisi Operasional	40
3.9.	Metode Pengujian Instrumen	43
3.10.	Metode Analisis Data	45
3.11.	Alat Analisis	46
3.12.	Uji Hipotesis	47
3.12.1.	Uji R Square Adjusted	48
3.12.2.	Uji Statistik T	48
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1.	Statistik Deskriptif	50
4.2.	Analisis Data	54
4.2.1.	Outer Model	54
4.2.2.	Inner Model	74
4.3.	Pembahasan	78
4.3.1.	Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	79
4.3.2.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	80
4.3.3.	Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan	80
4.3.4.	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	81
4.3.5.	Pengaruh Orang terhadap Kepuasan Pelanggan	82
4.3.6.	Pengaruh Bukti Fisik terhadap kepuasan Pelanggan	83
4.3.7.	Pengaruh Proses terhadap Kepuasan Pelanggan	83
BAB V : PENUTUP		85
5.1.	Kesimpulan	85
5.2.	Implikasi Manajerial	86
5.3.	Kelemahan Penelitian	88
5.4.	Saran	89

DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR GAMBAR

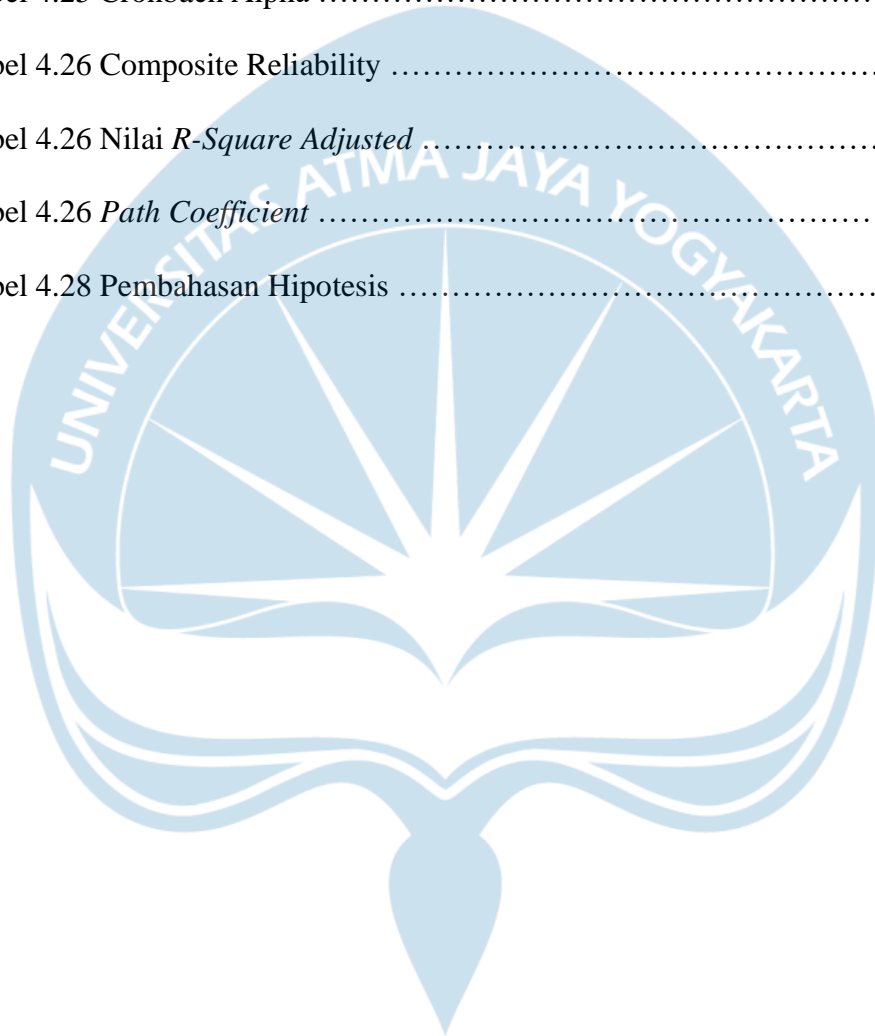
Gambar 1.1 Tabel Bank Terbesar Di Indonesia Dari Sisi Aset	2
Gambar 1.2 Diagram Bank Terbesar Di Indonesia Dari Sisi Aset	3
Gambar 1.3 Foto Kantor Cabang Bank BRI Singapura	4
Gambar 1.4 Foto Bank BRI Pusat	4
Gambar 1.4 Logo Bank BRI	4
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	35



DAFTAR TABEL

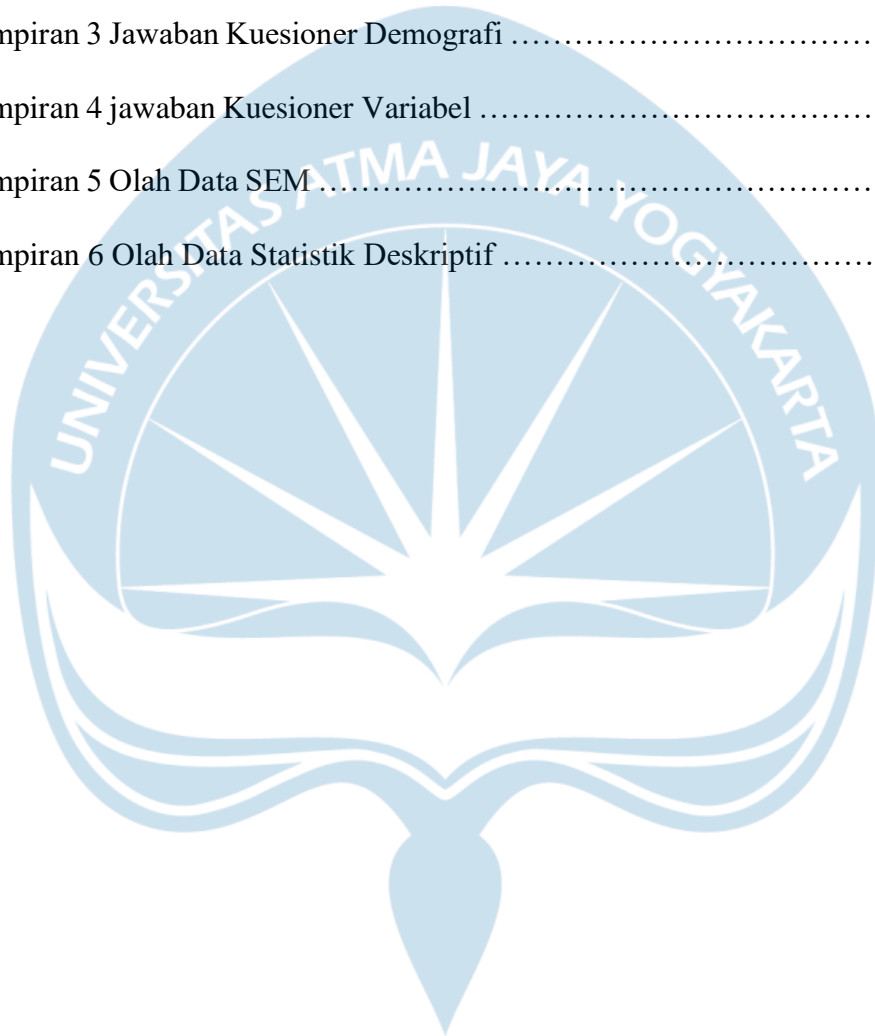
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional	40
Tabel 4.1. Jumlah Kuesioner yang telah Diisi	51
Tabel 4.2. Gender pada Pengisi Kuesioner	51
Tabel 4.3. Usia pada Pengisi Kuesioner	52
Tabel 4.4 Kategori Interval	53
Tabel 4.5 Statistk Deskriptif	54
Tabel 4.6 <i>Loading Factor</i>	55
Tabel 4.7 Validitas Konvergen untuk variabel Produk	56
Tabel 4.8 Validitas Konvergen untuk variabel harga	57
Tabel 4.9 Validitas Konvergen untuk variabel Lokasi	58
Tabel 4.10 Validitas Konvergen untuk variabel Promosi	59
Tabel 4.11 Validitas Konvergen untuk variabel Orang	60
Tabel 4.12 Validitas Konvergen untuk variabel Bukti Fisik	61
Tabel 4.13 Validitas Konvergen untuk variabel Proses	62
Tabel 4.14 Validitas Konvergen untuk variabel Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 4.15 <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 4.17 Validitas Diskriminan untuk variabel Produk	66
Tabel 4.18 Validitas Diskriminan untuk variabel Harga	67
Tabel 4.19 Validitas Diskriminan untuk variabel Lokasi	67
Tabel 4.20 Validitas Diskriminan untuk variabel Promosi	68
Tabel 4.21 Validitas Diskriminan untuk variabel Orang	69

Tabel 4.22 Validitas Diskriminan untuk variabel Bukti Fisik	70
Tabel 4.23 Validitas Diskriminan untuk variabel Proses	71
Tabel 4.24 Validitas Diskriminan untuk variabel Kepuasan Pelanggan	72
Tabel 4.25 Cronbach Alpha	73
Tabel 4.26 Composite Reliability	73
Tabel 4.26 Nilai <i>R-Square Adjusted</i>	74
Tabel 4.26 <i>Path Coefficient</i>	75
Tabel 4.28 Pembahasan Hipotesis	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Draft</i> Kuesioner	92
Lampiran 2 Jawaban kuesioner Filter	115
Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Demografi	118
Lampiran 4 jawaban Kuesioner Variabel	120
Lampiran 5 Olah Data SEM	134
Lampiran 6 Olah Data Statistik Deskriptif	136



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN BANK BRI
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Alexander Fidei Pradnyananda Christi

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan pelanggan. Adapun objek pada penelitian yang telah dilakukan ini yaitu respon pelanggan Bank BRI di DI Yogyakarta. Jumlah responden yang didapatkan pada penelitian ini adalah 201, dengan responden yang memenuhi kriteria yaitu menggunakan Bank BRI, menjadi pengguna Bank BRI selama kurang lebih 1 tahun, pernah mengunjungi Bank BRI setidaknya 2 kali, dan pernah menggunakan layanan BRI seperti *m-banking*, *e-banking*, dll. Dari kriteria tersebut responden yang memenuhi kriteria yaitu sejumlah 160 responden. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana data responden dikumpulkan melalui media *google form* menggunakan skala *likert* yang berjumlah 5 poin. Data analisis diolah menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software SmartPLS3*. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran produk, harga, lokasi dan promosi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan bauran pemasaran orang, bukti fisik, dan proses memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kepuasan Pelanggan