

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP VOLUME  
PEMBELIAN**

(Studi Kasus pada W&R Bakery Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun oleh :**

**SUKMA WAHYU ASMARA PUTRI**

**C1150099**

**Dosen Pembimbing**

**Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc**

**Abdul Hakim, M.Pd., M.Ag**



**IKOPIN**

**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**INSTITUT KOPERASI INDONESIA**

**2019**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA  
TERHADAP VOLUME PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA W&R BAKERY  
KABUPATEN BOYOLALI, JAWA TENGAH)  
Nama Mahasiswa : SUKMA WAHYU ASMARA PUTRI  
Nomor Pokok : C1150099  
Program Studi : SI-Manajemen  
Kosentrasi : Manajemen Bisnis

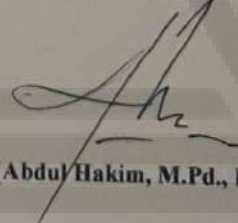
Menyetujui dan Pengesahan

Pembimbing I



(Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc)

Pembimbing II



(Abdul Hakim, M.Pd., M.Ag)

Direktur Program Studi SI Manajemen



(Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc)

## RIWAYAT HIDUP

**Sukma Wahyu Asmara Putri**, lahir pada tanggal 18 Juli 1997 di Boyolali, Jawa Tengah. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara Keluarga Bapak Wahyono dan Ibu (Almh) Rahayu Winarsih. Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2009 lulus dari SD Negeri 1 Sobokerto , Kecamatan Ngemplak , Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah.
2. Tahun 2012 lulus dari SMP Negeri 1 Kartasura, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah.
3. Tahun 2015 lulus dari SMA Negeri 1 Kartasura, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah.

Pada tahun 2015 tercatat sebagai mahasiswa di Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi S1 Manajemen, Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) di Jatinangor, Jawa Barat penerima Beasiswa Sriboga Flour Mill. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan diantaranya:

1. Bendahara FEMASI (2015-2016)
2. Asisten Laboratorium Statistika IKOPIN
  - Bendahara II (2016-2017)
  - Koordinator Umum (2017-2018)
3. Mentor Perkoperasian (2016-2017)
4. Ketua Komisi 1 Hukum dan Perundang-Undangan Badan Perwakilan Mahasiswa (2017-2018)

## ABSTRACT

*SUKMA WAHYU ASMARA PUTRI, Influence of Marketing Mix to Customer Satisfaction and Its Impact on Purchase Volume (Case Study at W&R Bakery in Boyolali Regency, Central Java) under the guidance of Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc and Abdul Hakim, M.Pd., M.Ag.*

*One of member the Pre-Cooperative IWABI is W&R Bakery which is engaged in the culinary field. In serving consumers, W&R Bakery is divided into two parts, namely order and mass. W&R Bakery has an increasing turnover, but there are some products that experience demand that tends to decline. This is allegedly because the implementation of the marketing mix is less than optimal so as not to create satisfaction for consumers.*

*The purpose of this study is to determine the direct and indirect effects of the marketing mix on customer satisfaction and its impact on the volume of purchases at W&R Bakery. This study aims to know the development of the Pre-Cooperative IWABI for legal entities, the role and benefits of cooperatives, and the IWABI Pre-Cooperative services.*

*The method uses the research is a case study with a quantitative approach. To find out the application of marketing mix, consumer satisfaction and purchase volume uses descriptive with Likert scale measurements. To find out the magnitude of the direct or indirect influence uses the path analysis tool. To know the development and the role of the cooperative uses descriptive which is the result of the interview.*

*The results show that there is a significant influence between the marketing mix on consumer satisfaction in partially product (9.24%), price (36.60%), promotion (13.91%) and place (7.12%). Simultaneously, the marketing mix influences consumer satisfaction (32.4%) and the rest (67.6%) is influenced by other factors. There is an influence between the marketing mix and consumer satisfaction on purchase volume, the magnitude of the influence of the place (1.32%), customer satisfaction (96.5%) and the magnitude of the influence simultaneously (83.5%) and the rest (16.5%) influenced by other factors. There are indirect effects, namely through consumer satisfaction on the product (8.60%), price (33.99%), promotion (12.89%), and place (6.66%).*

*The IWABI Pre-Cooperative development for legal entities will be improved in terms of administration, member participation, independence, deeds and cooperative statutes. The role and benefits of cooperatives towards W & R Bakery businesses include procurement of inputs, production process facilities, product marketing, financial services and minimizing business risks. The IWABI Pre-Cooperative Service according to the interview results shown that it was not maximal in serving members as consumer cooperatives.*

*Keywords: marketing mix, customer satisfaction and purchase volume.*

## RINGKASAN

SUKMA WAHYU ASMARA PUTRI, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Volume Pembelian (Studi Kasus pada W&R Bakery Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah) di bawah bimbingan Dr. H. Gijanto Purbo Suseno ,SE. ,M.Sc dan Abdul Hakim, M.Pd., M.Ag.

Salah satu anggota dari Pra Koperasi IWABI adalah W&R Bakery yang bergerak di bidang kuliner. Dalam melayani konsumen, W&R Bakery dibagi menjadi dua bagian yaitu produk pesanan dan produk masal. W&R Bakery memiliki omzet yang terus meningkat, namun ada beberapa produk yang mengalami permintaan yang cenderung menurun. Hal ini diduga karena pelaksanaan bauran pemasaran yang kurang maksimal sehingga tidak menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap volume pembelian pada W&R Bakery. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui perkembangan Pra Koperasi IWABI untuk berbadan hukum, serta peran dan manfaat koperasi, dan pelayanan Pra Koperasi IWABI.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kuantitatif. Untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran, kepuasan konsumen dan volume pembelian menggunakan deskriptif dengan pengukuran skala likert. Untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung maupun tidak langsung menggunakan alat analisis path. Untuk mengetahui perkembangan dan peran koperasi menggunakan deskriptif yang merupakan hasil dari wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen secara parsial produk (9,24%), harga (36,60%), promosi (13,91%) dan tempat (7,12%). Secara simultan bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (32,4%) dan sisanya (67,6%) dipengaruhi oleh faktor lain. Terdapat pengaruh antara bauran pemasaran dan kepuasan konsumen terhadap volume pembelian, besarnya pengaruh tempat (1,32%), kepuasan konsumen (96,5%) serta besarnya pengaruh secara simultan (83,5%) dan sisanya (16,5%) dipengaruhi faktor lain. Terdapat pengaruh tidak langsung, yaitu melalui kepuasan konsumen pada produk (8,60%), harga (33,99%), promosi (12,89%), dan tempat (6,66%).

Perkembangan Pra Koperasi IWABI untuk dapat berbadan hukum akan diperbaiki dari segi administrasi, partisipasi anggota, kemandirian, akta dan anggaran dasar koperasi. Peran dan manfaat koperasi terhadap usaha W&R Bakery diantaranya pengadaan input, fasilitas proses produksi, pemasaran produk, jasa keuangan dan meminimalisasi resiko usaha. Pelayanan Pra Koperasi IWABI menurut hasil wawancara menunjukkan bahwa kurang maksimal dalam melayani anggota sebagai koperasi konsumen.

Kata kunci: bauran pemasaran, kepuasan konsumen dan volume pembelian.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Volume Pembelian (Studi Kasus pada W&R Bakery Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah)”** dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Konsentrasi Manajemen Bisnis Program Studi S1 Manajemen Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN).

Pada kesempatan kali ini, penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, semangat yang telah diberikan, waktu yang telah diluangkan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta (Bapak Wahyono dan Almh Ibu Rahayu Winarsih) sekaligus pemilik W&R Bakery yang telah memberikan doa restu, kesabaran dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas. Dan saudara tercinta (Faridha Wahyu Asmara Putri dan Giwang Wahyu Asmara Putri), Tante, Om yang juga selalu mendukung dan tak lelah memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan studi ini.

2. Yang terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan pengarahan, bimbingan, serta saran demi kesempurnaan penulisan skripsi.
3. Yang terhormat, Bapak Abdul Hakim, M.Pd., M.Ag selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan pengarahan, bimbingan, serta saran demi kesempurnaan penulisan skripsi.
4. Yang terhormat, Ibu Dr. Hj Inne Risnaningsih, S.E, Msi penelaah/penguji konsentrasi yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penulisan skripsi.
5. Yang terhormat, Ibu Ir. Nanik Risnawati, MSi selaku penelaah/penguji koperasi yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penulisan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN).
7. Yang terhormat Bapak Alwin Arifin selaku pemilik PT Sriboga Flour Mill sekaligus pemberi beasiswa. Bapak Irfan Wahyudi, Bapak Agus Parnadi dan TIM Sriboga Flour Mill yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis dalam menjalankan perkuliahan dikampus IKOPIN.
8. Sahabat dan saudara-saudara FEMASI semua angkatan, dan khususnya angkatan 2015 (Diah, Razor, Nurrudin, Diyan, Yesi, Aldi, Fajar, Ala, Ucen) serta teman saya Rika, Nupus, Verdina dan Ricky.
9. Keluarga Asisten Laboratorium Statistika IKOPIN angkatan 2015, Mirda, Widi, Zian, Evi, Maya, Devi, Fajar, Kamal, Andi, Koswara, Nadia dan Teh Mali. Dan yang tidak dapat disebutkan satu persatu Keluarga Asisten Laboratorium

Statistika IKOPIN angkatan 2013, 2014, 2016 dan 2017, serta Alumni Asisten Laboratorium Statistika IKOPIN (Ka Haris, Ka Aep, Ka Irvan, Ka Noval dll).

10. Keluarga Badan Perwakilan Mahasiswa periode 2017-2018 Firman, Astreria, Razor, Ririn, Shinta, Anggita, Fatra, Lely, Sanita dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
11. Teman-teman bimbingan Mirda, Luvita, Herlina, Neta, Adi, Riirin, Widi, Tyas dan Ester yang selalu berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
12. Teman-teman seangkatan 2015 khususnya mahasiswa dan mahasiswi Konsentrasi Manajemen Bisnis.
13. Mas Larso yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat dan bantuan dari awal sampai selesainya penulisan skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis memohon kepada Allah SWT agar memberikan balasan yang berlipat ganda atas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jatinangor, April 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| RIWAYAT HIDUP.....                                   | i   |
| ABSTRACT .....                                       | ii  |
| RINGKASAN .....                                      | iii |
| KATA PENGANTAR .....                                 | iv  |
| DAFTAR ISI.....                                      | vii |
| DAFTAR TABEL.....                                    | xi  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                  | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN .....                              | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                   | 1   |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                        | 9   |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....                | 10  |
| 1.3.1 Maksud Penelitian.....                         | 10  |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian.....                         | 10  |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                        | 11  |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis.....                         | 11  |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis .....                         | 12  |
| BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN..... | 13  |
| 2.1 Pendekatan Masalah.....                          | 13  |
| 2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....                  | 13  |
| 2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis .....              | 30  |

|  |  |     |
|--|--|-----|
| 2.1.3  | Pendekatan Pemasaran .....                                     | 34  |
| 2.1.4  | Pendekatan Bauran Pemasaran .....                              | 37  |
| 2.1.5  | Pendekatan Kepuasan Konsumen .....                             | 57  |
| 2.1.6  | Pendekatan Volume Pembelian.....                               | 64  |
| 2.2  | Metode Penelitian .....  | 67  |
| 2.2.1  | Metode Penelitian yang Digunakan .....                         | 67  |
| 2.2.2  | Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Konsep/ Variabel) ..... | 69  |
| 2.2.3  | Sumber Data dan Cara Pengumpulannya.....                       | 73  |
| 2.2.4  | Teknik Pengumpulan Data.....                                   | 75  |
| 2.2.5  | Analisis Data .....  | 76  |
| 2.2.6  | Tempat Penelitian.....   | 96  |
| 2.2.7  | Jadwal Waktu Penelitian.....                                   | 96  |
| BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN ..... |  | 97  |
| 3.1  | Keadaan Umum Usaha W&R Bakery .....                            | 97  |
| 3.1.1  | Sejarah Berdirinya Usaha W&R Bakery.....                       | 97  |
| 3.1.2  | Struktur Manajemen Usaha W&R Bakery.....                       | 98  |
| 3.1.3  | Permodalan Usaha W&R Bakery.....                               | 99  |
| 3.1.4  | Fungsi Manajemen Usaha W&R Bakery .....                        | 100 |
| 3.2  | Keadaan Umum Pra Koperasi IWABI.....                           | 107 |
| 3.2.1  | Sejarah Berdirinya Pra Koperasi IWABI.....                     | 107 |
| 3.2.2  | Struktur Organisasi Pra Koperasi IWABI.....                    | 108 |
| 3.2.3  | Keadaan Keanggotaan Pra Koperasi IWABI.....                    | 110 |
| 3.2.4  | Kegiatan Usaha Pra Koperasi IWABI.....                         | 111 |

|  |  |     |
|--|--|-----|
| 3.2.5  | Keadaan Permodalan Pra Koperasi IWABI.....                             | 111 |
| 3.2.6  | Keadaan Keuangan Pra Koperasi IWABI.....                               | 114 |
| 3.2.7  | Implementasi Jati Diri Pra Koperasi IWABI .....                        | 118 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... |  | 124 |
| 4.1  | Karakteristik Responden.....   | 124 |
| 4.1.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Demografis .....                   | 124 |
| 4.1.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Geografis .....                    | 125 |
| 4.1.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Psikografis .....                  | 126 |
| 4.2  | Penerapan Bauran Pemasaran Pada W&R Bakery .....                       | 127 |
| 4.3  | Kepuasan Konsumen W&R Bakery .....                                     | 141 |
| 4.4  | Volume Pembelian Konsumen Pada W&R Bakery.....                         | 151 |
| 4.5  | Besarnya Pengaruh Dengan Uji <i>Path</i> .....                         | 154 |
| 4.5.1  | Uji Validitas .....  | 154 |
| 4.5.2  | Uji Reliabilitas .....   | 156 |
| 4.5.3  | Uji Asumsi Klasik.....   | 158 |
| 4.5.4  | Uji <i>Path</i> .....  | 162 |
| 4.6  | Upaya W&R Bakery Dalam Memenuhi Pesanan.....                           | 184 |
| 4.7  | Perkembangan Pra Koperasi IWABI.....                                   | 185 |
| 4.7.1  | Pembenahan Administrasi.....   | 185 |
| 4.7.2  | Peningkatan Partisipasi Anggota.....                                   | 186 |
| 4.7.3  | Anggaran Dasar Koperasi .....  | 187 |
| 4.7.4  | Akta Koperasi.....   | 188 |
| 4.8  | Peran Dan Manfaat Koperasi Terhadap Perkembangan Usaha W&R Bakery..... | 188 |

|                               |   |     |
|-------------------------------|---|-----|
| 4.8.1                         | Pengadaan Input.....  | 189 |
| 4.8.2                         | Fasilitas Proses Produksi.....  | 189 |
| 4.8.3                         | Pemasaran Produk.....   | 190 |
| 4.8.4                         | Jasa Keuangan.....  | 190 |
| 4.8.5                         | Meminimalisasi Resiko Usaha.....  | 191 |
| 4.9                           | Pelayanan Pra Koperasi IWABI Yang Diberikan Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Anggota..... | 191 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... |   | 194 |
| 5.1                           | Simpulan.....   | 194 |
| 5.2                           | Saran.....  | 196 |
| DAFTAR PUSTAKA                |   |     |
| LAMPIRAN                      |   |     |



IKOPIN

## DAFTAR TABEL

| <b>No Tabel</b> | <b>Judul</b>   | <b>Hal</b> |
|-----------------|--|------------|
| Tabel 1.1       | Omzet Penjualan pada W&R Bakery Tahun 2014-2018.....   | 4          |
| Tabel 1.2       | Perkembangan Permintaan Produk W&R Bakery Tahun 2014-2018.....   | 6          |
| Tabel 2.1       | Fungsi-Fungsi Pelayanan Koperasi Produsen dan Kemungkinan Dampak Ekonomis Terhadap Anggota.....          | 23         |
| Tabel 2.2       | Operasionalisasi Konsep/ Variabel.....   | 71         |
| Tabel 2.3       | Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach.....   | 77         |
| Tabel 2.4       | Kelas Interval untuk Mengetahui Tanggapan Responden pada Masing masing Indikator Pernyataan Positif..... | 80         |
| Tabel 2.5       | Kelas Interval untuk Mengetahui Tanggapan Responden pada Masing masing Indikator Pernyataan Negatif..... | 80         |
| Tabel 2.6       | Format Jawaban Responden Terhadap Setiap Indikator   | 80         |
| Tabel 2.7       | Format Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Masing Masing Sub Variabel.....                           | 81         |
| Tabel 2.8       | Kelas Interval untuk Mengetahui Tanggapan Responden pada Masing masing Indikator Pernyataan Positif..... | 82         |
| Tabel 2.9       | Kelas Interval untuk Mengetahui Tanggapan Responden pada Masing masing Indikator Pernyataan Negatif..... | 82         |
| Tabel 2.10      | Format Jawaban Responden Terhadap Setiap Indikator.  | 83         |
| Tabel 2.11      | Format Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Masing Masing Sub Variabel.....                           | 83         |
| Tabel 2.12      | Volume Pembelian Konsumen W&R Bakery.....  | 84         |
| Tabel 2.13      | Kelas Interval untuk Mengetahui Volume Pembelian   | 85         |
| Tabel 3.1       | Data Keanggotaan Pra Koperasi IWABI.....   | 110        |
| Tabel 3.2       | Neraca Pra Koperasi IWABI.....   | 112        |

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Tabel 3.3  | Standar Penilaian <i>Current Ratio</i> .....  | 114 |
| Tabel 3.4  | <i>Current Ratio</i> Pra Koperasi IWABI.....  | 115 |
| Tabel 3.5  | Standar Penilaian <i>Total Debt to Total Asset Ratio</i> .....                                      | 116 |
| Tabel 3.6  | <i>Debt Total Asset Ratio</i> Pra Koperasi IWABI.....   | 116 |
| Tabel 3.7  | Standar Penilaian <i>Return On Equity (ROE)</i> .....   | 117 |
| Tabel 3.8  | <i>Return On Equity (ROE)</i> Pra Koperasi IWABI.....   | 118 |
| Tabel 4.1  | Komposisi Demografis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                       | 124 |
| Tabel 4.2  | Komposisi Demografis Responden Berdasarkan Usia.....  | 125 |
| Tabel 4.3  | Komposisi Psikografis Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk W&R Bakery.....              | 126 |
| Tabel 4.4  | Komposisi Psikografis Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian Produk W&R Bakery.....              | 126 |
| Tabel 4.5  | Tanggapan Responden Mengenai Banyak Pilihan Varian Produk yang Ditawarkan Pada W&R Bakery.....      | 127 |
| Tabel 4.6  | Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk yang Dihasilkan W&R Bakery Kurang Puas .....           | 128 |
| Tabel 4.7  | Tanggapan Responden Mengenai Desain Produk (Bentuk, Ukuran) pada W&R Bakery.....                    | 129 |
| Tabel 4.8  | Tanggapan Responden Mengenai Merek Produk yang Mudah Diingat.....                                   | 130 |
| Tabel 4.9  | Tanggapan Responden Mengenai Kemasan Produk yang Tidak Menarik pada W&R Bakery .....                | 131 |
| Tabel 4.10 | Tanggapan Responden Mengenai Harga yang Ditawarkan W&R Bakery Dibandingkan Pesaing Lebih Murah..... | 132 |
| Tabel 4.11 | Tanggapan Responden Mengenai Intensitas Pemberian Diskon Kepada Konsumen W&R Bakery Kurang .....    | 132 |
| Tabel 4.12 | Tanggapan Responden Mengenai Periode Pembayaran Sesuai Ketentuan yang Diberikan W&R Bakery.....     | 133 |

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Tabel 4.13 | Tanggapan Responden Mengenai Sulit dalam Pembayaran Produk W&R Bakery.....                                  | 134 |
| Tabel 4.14 | Tanggapan Responden Mengenai Periklanan yang Menarik Pada W&R Bakery.....                                   | 135 |
| Tabel 4.15 | Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan Rutin Dilaksanakan W&R Bakery.....                           | 135 |
| Tabel 4.16 | Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan W&R Bakery Dalam Mempengaruhi Masyarakat Kurang.....                 | 136 |
| Tabel 4.17 | Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Mendapatkan Produk W&R Bakery.....                                   | 137 |
| Tabel 4.18 | Tanggapan Responden Mengenai Cakupan Wilayah Kerja W&R Bakery Luas.....                                     | 138 |
| Tabel 4.19 | Tanggapan Responden Mengenai Lokasi W&R Bakery yang Kurang Strategis .....                                  | 138 |
| Tabel 4.20 | Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Akses Transportasi Menjangkau W&R Bakery.....                        | 139 |
| Tabel 4.21 | Tanggapan Responden Mengenai Rekapitulasi Variabel Bauran Pemasaran (X).....                                | 140 |
| Tabel 4.22 | Tanggapan Responden Mengenai Kurang Pemberian Pelayanan Informasi Yang Memudahkan Pelanggan W&R Bakery..... | 141 |
| Tabel 4.23 | Tanggapan Responden Mengenai Penerimaan Atas Keluhan Konsumen W&R Bakery.....                               | 142 |
| Tabel 4.24 | Tanggapan Responden Mengenai Tanggapan Atas Keluhan Konsumen W&R Bakery.....                                | 143 |
| Tabel 4.25 | Tanggapan Responden Mengenai Tidak Melakukan Pengenalan Produk Baru Dalam Menciptakan Pembelian Ulang.....  | 143 |
| Tabel 4.26 | Tanggapan Responden Mengenai Pemberian Kemudahan Dalam Melakukan Pembelian Ulang.....                       | 144 |

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Tabel 4.27 | Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Menjadi<br>Pertimbangan Utama Dalam Membeli Bakery.....                     | 145 |
| Tabel 4.28 | Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Tidak Dapat<br>Dipercaya Dalam Pelayanan Konsumen W&R<br>Bakery.....        | 146 |
| Tabel 4.29 | Tanggapan Responden Mengenai Penilaian Produk Yang<br>Baik Dapat Menciptakan Nilai Bagi Konsumen<br>W&R Bakery..... | 147 |
| Tabel 4.30 | Tanggapan Responden Mengenai Pemberian Informasi Positif<br>Tentang Produk Kepada Calon Konsumen.....               | 148 |
| Tabel 4.31 | Tanggapan Responden Mengenai Membantu Calon<br>Konsumen Untuk Memesan Produk W&R Bakery.....                        | 149 |
| Tabel 4.32 | Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan.....  | 150 |
| Tabel 4.33 | Data Pembelian Responden.....   | 151 |
| Tabel 4.34 | Pembelian Jumlah Unit Besar Berdasarkan Kabupaten.....  | 153 |
| Tabel 4.35 | Pembelian Produk W&R Bakery Berdasarkan Kriteia.....  | 154 |
| Tabel 4.36 | Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X).....  | 155 |
| Tabel 4.37 | Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (X).....   | 156 |
| Tabel 4.38 | Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran (X).....   | 156 |
| Tabel 4.39 | Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....  | 157 |
| Tabel 4.40 | Hasil Pengujian Normalitas.....   | 158 |
| Tabel 4.41 | Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....  | 159 |
| Tabel 4.42 | Hasil Pengujian Multikolinearitas.....  | 161 |
| Tabel 4.43 | Model Struktural Pertama (X1,X2,X3,X4 Terhadap Y).....  | 162 |
| Tabel 4.44 | Uji Parsial (X1,X2,X3,X4 Terhadap Y).....   | 164 |
| Tabel 4.45 | Pengaruh Parsial Model Struktural Pertama (X1,X2,X3,X4<br>Terhadap Y).....  | 166 |



|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Tabel 4.46 | Hasil Besarnya Pengaruh Parsial Model Struktural Pertama (X1,X2,X3,X4 Terhadap Y).....         | 166 |
| Tabel 4.47 | Uji Simultan (X1,X2,X3,X4 Terhadap Y).....   | 168 |
| Tabel 4.48 | Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (X1,X2,X3,X4 Terhadap Y).....                            | 168 |
| Tabel 4.49 | Model Struktural Kedua (X1,X2,X3,X4,Y Terhadap Z).....   | 169 |
| Tabel 4.50 | Uji Parsial (X1,X2,X3,X4,Y Terhadap Z).....  | 171 |
| Tabel 4.51 | Pengaruh Parsial Model Struktural Kedua Parsial (X1,X2,X3,X4,Y Terhadap Z).....                | 174 |
| Tabel 4.52 | Hasil Besarnya Pengaruh Parsial Model Struktural Kedua Parsial (X1,X2,X3,X4,Y Terhadap Z)..... | 174 |
| Tabel 4.53 | Uji Simultan (X1,X2,X3,X4,Y Terhadap Z).....   | 176 |
| Tabel 4.54 | Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (X1,X2,X3,X4,Y Terhadap Z).....                          | 177 |
| Tabel 4.55 | Rekapitulasi Hasil Analisis <i>Path</i> .....  | 182 |

IKOPIN

## DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar | Judul                                       | Hal |
|------------|---|-----|
| Gambar 2.1 | Pengertian Produk.....                      | 40  |
| Gambar 2.2 | Tingkat Tingkatan (Level) Produk.....       | 41  |
| Gambar 2.3 | Diagram Jalur.....                          | 88  |
| Gambar 3.1 | Struktur Organisasi Usaha W&R Bakery.....   | 99  |
| Gambar 3.2 | Struktur Organisasi Pra Koperasi IWABI..... | 108 |
| Gambar 4.1 | Kurva Normalitas.....                       | 159 |
| Gambar 4.2 | Heteroskedastisitas.....                    | 160 |
| Gambar 4.3 | Struktural Path.....                        | 161 |
| Gambar 4.4 | Model Struktural Pertama.....               | 163 |
| Gambar 4.5 | Model Struktural Kedua.....                 | 170 |
| Gambar 4.6 | Struktural Jalur.....                       | 178 |
| Gambar 4.7 | Struktural Jalur dengan Pengaruh.....       | 181 |

IKOPIN