

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA UMKM FAMILY HANDICRAFT  
TASIKMALAYA**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat untuk Memperoleh*

*Gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.)*



Disusun oleh:

**HUSNA ABADIAH**

**NIM 1905531**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
KAMPUS TASIKMALAYA**

**2023**

# **Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Family Handicraft Tasikmalaya**

Oleh  
Husna Abadiah

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Bisnis pada Fakultas Kampus Daerah Tasikmalaya

© Husna Abadiah 2023  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Desember 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN**  
**PELANGGAN PADA UMKM FAMILY HANDICRAFT TASIKMALAYA**

**Disetujui dan Disahkan Oleh:**

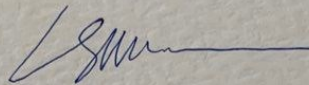
**Pembimbing I**



**Arief Budiman S.S., S.Sos., IMSMEs. CIPE.**

**NIP. 920171219841004101**

**Pembimbing II**

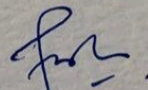


**Ismail Yusup, ST., M.A.B.**

**NIP. 920171219870709101**

**Diketahui**

**Ketua Program Studi Kewirausahaan**



**Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd., CIPE.**

**NIPT 920171219910820201**

## ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada kepuasan pelanggan pada UMKM Family Handicraft Tasikmalaya, faktor utama dalam strategi pemasaran untuk mencapai keunggulan di pasar adalah kepuasan konsumen, terutama melalui pengembangan produk UMKM yang inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *marketing mix* dan kepuasan konsumen serta mengetahui bagaimana pengaruh *marketing mix* terhadap kepuasan pelanggan di UMKM Family Handicraft. Penelitian ini menggunakan dua variabel untuk melakukan uji pengaruh, yaitu variabel bebas pada penelitian ini adalah *marketing mix* dan variabel terikat adalah kepuasan konsumen. Data primer didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden melalui google form. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *marketing mix* terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Family Handicraft Tasikmalaya sebesar 65%.

**Kata Kunci** : Kepuasan Pelanggan, *Marketing Mix*, UMKM.

## ABSTRACT

*This research focused on customer satisfaction in MSMEs Family Handicraft. The main factor in marketing strategies to achieve excellence in the market was consumer satisfaction, especially through the development of innovative MSME products. The study aimed to find out the picture of the marketing mix and consumer satisfaction, as well as to determine how the marketing mix influenced customer satisfaction in MSME Family Handicraft. This study used two variables to conduct an influence test, with the independent variable being marketing mix and the dependent variable being consumer satisfaction. Primary data was obtained through the distribution of questionnaires to respondents via Google Forms. The research results indicated that there was a positive influence of the marketing mix on customer satisfaction in Family Handicraft's MSMEs by 65%.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Marketing Mix, MSMEs.*

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	3
1.4    Kegunaan Penelitian.....	3
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1    Kajian Pustaka .....	5
2.1.1    Perilaku Konsumen .....	5
2.1.2    Kepuasan Pelanggan .....	6
2.1.3 <i>Marketing Mix</i> .....	9
2.1.4    Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	10
2.2    Penelitian Terdahulu.....	11
2.3    Kerangka Pemikiran .....	15
2.4    Hipotesis .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1    Objek Penelitian .....	18
3.2    Metode dan Desain Penelitian .....	18
3.2.1    Metode Penelitian.....	18
3.2.2    Desain Penelitian .....	18
3.3    Operasionalisasi Variabel.....	19
3.4    Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data .....	22
3.4.1    Sumber Data .....	22
3.4.2    Alat Pengumpulan Data .....	22
3.5    Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	23
3.5.1    Populasi.....	23

3.5.2 Sampel .....	24
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	24
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	24
3.6.1 Uji Validitas .....	24
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	24
3.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	25
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	25
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	25
3.8 Uji Hipotesis.....	27
3.8.1 Uji Parsial (uji t) .....	27
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	28
4.1.1 Uji Validitas .....	28
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	28
4.2 Gambaran Marketing Mix dan Kepuasan Pelanggan pada UMKM Family Handicraft.....	29
4.2.1 Deskripsi Variabel X (Marketing Mix) .....	30
4.2.2 Deskripsi Data Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	31
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	32
4.3.1 Uji Normalitas.....	32
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	33
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	33
4.4 Uji Hipotesis.....	34
4.4.1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	34
4.4.2 Hasil Uji Signifikan Parsial t (Uji t) .....	35
4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	35
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	36
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>38</b>
5.1 Simpulan.....	38
5.2 Implikasi.....	38
5.3 Rekomendasi .....	38
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>40</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>44</b>

**RIWAYAT HIDUP ..... 61**



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	20
Tabel 3.2 Kriteria Skala Likert.....	23
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 4.3 Deskripsi Data Statistik.....	29
Tabel 4.4 Persentase Skor Per Indikator Varibel X .....	30
Tabel 4.5 Persentase Skor Per Indikator Varibel Y .....	31
Tabel 4.6 Hasil Uji Koglomorov-Smirnov .....	33
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas .....	33
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	34
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	34
Tabel 4.10 Hasil Uji t (t-test) .....	35
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	16
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	16
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	19
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	32
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	32

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	44
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden (Variabel X).....	49
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden (Variabel Y).....	54
Lampiran 4 Hasil Data Statistik .....	59

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, F. (2020). Pengaruh marketing mix terhadap kepuasan konsumen (pada home industry moshimoshi cake samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(3), 242-249.
- Adewale, M. A. G., & Adeniran, A. (2019). Impact of marketing mix on customer satisfaction (a study of nestle NIG PLC). *International Journal Of Advance Research And Innovative Ideas In Education*, 5(3), 1811–1819.
- Ayuwardani, R. P. (2018). Pengaruh informasi keuangan dan non keuangan terhadap underpricing harga saham pada perusahaan yang melakukan initial public offering (studi empiris perusahaan go public yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2011-2015). *Jurnal Nominal*, 7(1), 143–158.
- Agustin, D. D., Cahyani, V. I., & Sartika, S. H. (2022). Strategi pengembangan home industri hanger kayu sebagai peluang wirausaha industri kreatif di desa nagarakasih. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(1),16–22.
- Basith, A., & Fadhilah, F. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk pada McDonald's di jatiasih bekasi. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 9(3), 191–202.
- Emelda. (2022). Pengaruh marketing mix terhadap kepuasan pelanggan pada mutiara mart air salek. *Jurnal Adminika*, 8(2), 55–66.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis pengaruh promosi, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada situs e-commerce zalora di jakarta. *Business Management Analysis Journal*, 4(2), 200–218.
- Fakhrudin, A. (2019). Pengaruh kewajaran harga dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian ulang pada penumpang maskapai citilink indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 55–72.
- Fatimah, S., Mukhtar, A., Asmawiyah, & Salam, K. (2022). Pengaruh marketing mix terhadap kepuasan pengguna goJek. *Journal of Management*, 5(2), 328–344.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Febriansyah, K., & Brastoro. (2021). Pengaruh marketing mix terhadap kepuasan konsumen di kopi studio 24 malang. [Skripsi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie]. Kwikkiangie Repository. <http://repository.kwikkiangie.ac.id/2004/10>.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Deepublish.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran mangkok ku. *Prologia*, 3(2), 456–463.
- Hijjah, R., & Adriansari, A. (2015). Pengaruh customer experience dan customer value terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction . *Management Analysis Journal*, 4(4), 281–288.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson.
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone. *Jurnal manajemen dan bisnis*, 12(1), 59–75.
- Mardhia, Poniman, & Suwardi (2016). Analisis pengaruh marketing mix (produk, harga, promosi dan lokasi) terhadap kepuasan pelanggan produk pt garudafood putra putri jaya (studi kasus pada resto & corner pt garudafood pati). *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 2(1), 1–14.
- Maulana, S., Najib, M., & Sarma, M. (2021). Analysis of the effect of marketing mix on consumer trust and satisfaction on online purchasing of organic food during the outbreak of the COVID-19. *Jurnal aplikasi manajemen*, 19(2), 257–271.
- Miyati, I. (2019). Pengaruh inovasi produk terhadap kuepuasan konsumen handycraft pada sentra kerajinan bambu Mangkubumi Kota Tasikmalaya. *Jurnal ilmiah administrasi bisnis*, 3(2), 19–34.
- Ng, H. S., Kuek, T. Y., Zhang, L. K., Yeoh, L. K., Zang, J. H., Yuan, Y. H., Sharma, H., & Harshit. (2022). The impact of marketing mix on customer satisfaction in haldilao hotpot. *Advances in global economics and business journal*, 3(2), 117–129.
- Nikmah, N. A., Setiadi, A., & Ekowati, T. (2021). The influence of marketing mix on the customer satisfaction of moringa leaf tea. *SOCA: Jurnal sosial, ekonomi pertanian*, 15(3), 549–560.

- Novita, M. (2022). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan. [Skripsi, Universitas Islam Riau]. UIR Repository. <https://repository.uir.ac.id/14999>.
- Nurhanifah, A., & Sutopo. (2014). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada PT. Maharani Tri Utama Mandiri cabang semarang). *Dipenogoro Journal of Management*, 3(4), 1–6.
- Putra, R. A. B., Wijayanto, H., & Sumarsono, H. (2022). Pengaruh word of mouth (WOM), pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen UD Srimulyo Agung). *Jurnal ekonomi, manajemen, dan akuntansi*, 6(1), 115–127.
- Rachman, F. P. A. P., Goejantoro, R., & Hayati, M. N. (2018). Penentuan jumlah replikasi bootstrap menggunakan metode pretest pada independent sampel. *Jurnal eksponensial*, 9(1), 35–40.
- Rajab, A., & Nora, L. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi (Studi pada konsumen holland bakery di jabodetabek). *Jurnal muhammadiyah manajemen bisnis*, 2(2), 73–84.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Sari, W. N. (2021). Pengaruh marketing mix terhadap kepuasan pengguna jasa pengiriman JNT EXPRESS Kota Bagan Batu. [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara]. UMSU Repository. <http://repository.umsu.ac.id/16659/>
- Silaban, B. E. (2019). Pengaruh stimuli pemasaran : product/service, price, promotion, place terhadap proses keputusan siswa memilih bimbel. *Jurnal manajemen bisnis*, 22(3), 235–247.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Syahtidar, N., Suherman, & Siregar, M. E. S. (2022). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada penggunaan aplikasi marketplace di bekasi. *Jurnal bisnis, manajemen, dan keuangan*, 3(1), 44–59.
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodelogi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah*. Andi.
- Widyaningtyas, S., Wuryandari, , Triastuti, & Mukid, Moch. A. (2016). Pengaruh marketing mix terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen menggunakan metode structural equation. *Jurnal gaussian*, 5(3), 553–562.