

SKRIPSI

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN TINGKAT KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR UMUM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN KONSUMEN (Studi Kasus : Tiga Bengkel di Kota Surakarta)

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :

ELVIANA SETYOWATI

NIM. 2013082001

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS BISNIS DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA

2015

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN TINGKAT KUALITAS
PELAYANAN BENGKEL MOTOR UMUM TERHADAP
MINAT KUNJUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus : Tiga Bengkel di Kota Surakarta)**

Disusun Oleh:

ELVIANA SETYOWATI

NIM. 2013082001

Proposal Skripsi ini telah disetujui untuk disusun
dan ditindak lanjuti
Pada tanggal 31 Agustus 2015

Pembimbing I

Pembimbing II

Destina Paningrum, SE., MM

NIDN. 0624077901

Rusnandari Retno C, SE., M.Si.

NIDN. 0601058202

Mengetahui,

Kaprodi Administrasi Bisnis

Rusnandari Retno C, SE., M.Si.

NIDN. 0601058202

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN TINGKAT KUALITAS
PELAYANAN BENGKEL MOTOR UMUM TERHADAP
MINAT KUNJUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus : Tiga Bengkel di Kota Surakarta)**

Disusun Oleh:
ELVIANA SETYOWATI
NIM. 2013082001

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal, 31 Agustus 2015
dan telah dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji :

1. Ketua/Penguji I/Pembimbing I : **Destina Paningrum, SE., MM** ()
NIDN. 0624077901
2. Penguji II/Pembimbing II : **Rusnandari Retno C, SE., M.Si.** ()
NIDN. 0601058202
3. Penguji Tamu/Penguji I : **Agung Nurmansyah, SE., MM, Akt.**()
NIDN. 0604087201

Ketua Program Studi
Administrasi Bisnis

Dekan
Fakultas Bisnis dan Komunikasi

Rusnandari Retno C, SE., M.Si.
NIDN. 0601058202

Paramastu Titis Anggitya, S. Sos, M.I.Kom.
NIDN. 062012830

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana 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 dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak dikemudian hari terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 31 Agustus 2015

ELVIANA SETYOWATI

2013082001

HALAMAN MOTTO

*Ketika kamu melakukan sesuatu hal yang benar di jalan yang benar,
kamu tidak akan mendapatkan kekalahan karena kamu tidak memiliki rasa takut.*

(Zigziglar)

*Kadang kita terjatuh hanya supaya bisa lebih kuat untuk bangkit dan melompat lebih tinggi.
Percayalah pada Rencana Tuhan.*

(Mario Teguh)

*Impian tidak akan terwujud dengan sendirinya.
Kamu harus segera bangun dan berupaya untuk mewujudkannya.*

*Jika kamu memiliki keinginan dan hasrat untuk melakukan sesuatu,
dan hal itu sejalan dengan kehendak Tuhan, kamu pasti akan berhasil.*

(Nick Vujicic)

*Marilah kita lebih sibuk bertindak,
daripada sibuk mengkhawatirkan kegagalan. Janganlah hidup untuk menunda. Hiduplah
untuk bertindak.*

(Mario Teguh)

PERSEMBAHAN

Karyainiterkhusussayapersembahkankepada...

- 1. Tuhan Yesus Kristus, karena berkat anugerahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.*
- 2. Bakti dan bukti cinta kasihku kepada kedua orang tuaku, Papa (Mursid Waluyo) dan Mama (Wiwik Cintarsih).*
- 3. Seorang yang ku kasahi (Agustinus Kristiawan) yang selalu memberi motivasi dan membangkitkan semangatku untuk menyelesaikan skripsi ini.*
- 4. Kedua kakakku yang selalu membantu, mendukung dan meminjamkan buku-bukunya untuk bahan skripsi ini.*
- 5. Teman-temanku program studi Administrasi Bisnis fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta yang selalu memberi semangat baru untuk menyelesaikan skripsi ini.*

ABSTRAK

ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN TINGKAT KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR UMUM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN KONSUMEN (Studi Kasus : Tiga Bengkel di Kota Surakarta)

Elviana Setyowati, 2013082001

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis dan Komunikasi,
Universitas Sahid Surakarta

Usaha bengkel motor semakin berkembang dan bertambah seiring dengan kemajuan jaman. Uraian tersebut menjadi alasan bagi pelaku usaha bengkel motor umum meragukan kekuatannya dalam hal menciptakan dan mempertahankan minat kunjungan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan oleh pemilik.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah (a) Untuk menganalisis pengaruh variabel strategi promosi terhadap minat kunjungan konsumen, (b) Untuk menganalisis pengaruh dari variabel harga terhadap minat kunjungan konsumen, (c) Menganalisis pengaruh dari variabel bauran pemasaran (strategi promosi dan harga) terhadap minat kunjungan konsumen, (d) Menganalisis pengaruh dari variabel tingkat kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di tiga bengkel umum yang berada di kota Surakarta. Sampel diambil 30-40 konsumen secara acak dari masing-masing bengkel tersebut, sehingga jumlah keseluruhan sampel adalah 100 konsumen. Pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi dan kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan variabel strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan konsumen di bengkel motor umum dengan studi kasus : Tiga bengkel di kota Surakarta. Hal ini terbukti dari hasil uji t yang memperoleh nilai signifikan variabel strategi promosi (X1) sebesar 0.045 lebih kecil dari nilai tabel 0.05. Hasil penelitian menunjukkan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan konsumen di bengkel motor umum dengan studi kasus : Tiga bengkel di kota Surakarta. Hal ini terbukti dari hasil uji t yang memperoleh nilai signifikan variabel harga (X2) sebesar 0.001 lebih kecil dari nilai tabel 0.05. Hasil penelitian membuktikan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan konsumen di bengkel motor umum dengan studi kasus : Tiga bengkel di kota Surakarta. Hal ini terbukti dari hasil uji F yang memperoleh nilai signifikan sebesar 0.00 lebih kecil dari nilai tabel 0.05. Kualitas pelayanan dalam kegiatan usaha di bidang jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan konsumen di bengkel motor umum dengan studi kasus : Tiga bengkel di kota Surakarta. Hal ini terbukti dari hasil uji t yang memperoleh nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0.040 lebih kecil dari nilai tabel 0.05.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT
ANALISIS BAURAN PEMASARAN DAN TINGKAT KUALITAS
PELAYANAN BENGKEL MOTOR UMUM TERHADAP
MINAT KUNJUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus : Tiga Bengkel di Kota Surakarta)

Elviana Setyowati, 2013082001
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis dan Komunikasi,
Universitas Sahid Surakarta

Motorcycle repair business is growing and to grow in line with the progress of time. That is the description of the reason for the businesses public bike shop dubious strength in terms of creating and maintaining the interest of consumer visits to the services offered by the owner.

The objectives of this research are (a) To analyze the influence of variables promotional strategy to consumers' interest, (b) To analyze the effect of the variable interest rates on consumer visits, (c) to analyze the influence of marketing mix variables (promotional strategies and price) against the interests of consumers visit, (d) to analyze the influence of the variable level of quality service to consumers' interest.

This research is a descriptive study using a quantitative approach. The location study was conducted in three public workshops in the city of Surakarta. Samples taken at random from consumers 30-40 each of these workshops, so that the total number of samples is 100 consumers. Retrieval of the data used in this study were questionnaires, observations and literature.

The results show promotion strategies have significant and positive effect on consumers' interest in public bike shop with case studies: Three workshops in the city of Surakarta. This is evident from the t test results are obtaining significant value promotion strategy variables (X1) of 0.045 is smaller than the value of table 0.05. The results showed a significant effect on the price to the consumers' interest in public bike shop with case studies: Three workshops in the city of Surakarta. This is evident from the t test results are obtaining significant value price variable (X2) of 0.001 is smaller than the value of table 0.05. The research proves that the marketing mix have significant and positive impact on consumers' interest in public bike shop with case studies: Three workshops in the city of Surakarta. This is evident from the test results that derive significant value F at 0.00 smaller than the value of table 0.05. Quality of care in business activity in the services sector, and a significant positive effect on consumers' interest in public bike shop with case studies: Three workshops in the city of Surakarta. This is evident from the t test results are obtaining significant value service quality variable (X3) of 0.040 is smaller than the value of table 0.05

Keywords : Strategy Promotion , Price , and Quality of Service .

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat anugerahNya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan yang penulis harapkan. Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Kohar Sulistyadi, MSIE. selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta yang telah memberikan kesempatan untuk studi di Universitas Sahid Surakarta.
2. Bapak H. Hartanto SH, M.Hum selaku Warek II Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Sri Huning Anwariningsih, ST, M. Kom. selaku Warek III Universitas Sahid Surakarta.
4. Ibu Paramastu Titis Anggitya, S. Sos, M. Ikom, selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Destina Paningrum, SE., MM, selaku Pembimbing I, terima kasih atas kesabaran dalam membimbing penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Ibu Rusnandari Retno C, SE., M.Si, selaku Pembimbing II dan Ketua Prodi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta.
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan berbagai ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
8. Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Almamaterku : Universitas Sahid Surakarta.

Sebagai insane biasa, kesalahan dan kekurangan pun terhimpun pada diri penulis dalam penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca umumnya.

Surakarta, 31 Agustus 2015

ElvianaSetyowati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN	xiv
BAB I	PENDAHULUAN1
1.1.	LatarBelakangMasalah1
1.2.	RumusanMasalah4
1.3.	Tujuan4
1.4.	ManfaatPenelitian4
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA6
2.1.	LandasanTeori6
2.2.	KerangkaPemikiran26
2.3.	Hipotesis26
2.4.	DefinisiKonseptual27
2.5.	DefinisiOperasional28
BAB III	METODE PENELITIAN33
3.1.	JenisPenelitian33
3.2.	LokasiPenelitian34
3.3.	TeknikPengambilanSampel34
3.4.	TeknikPengambilan Data35
3.5.	Validitas Data37

3.6. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	44
4.2. Deskripsi Variabel yang Diteliti	49
4.3. Analisis Data	57
4.4. Uji Asumsi Klasik	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan Penelitian	67
5.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.2. Definisi Operasional	29
Tabel 3.1. Dasar Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi	40
Tabel 4.1. Umur Responden	48
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.3. Deskripsi Variabel Strategi Promosi	50
Tabel 4.4. Deskripsi Variabel Harga	52
Tabel 4.5. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	54
Tabel 4.6. Deskripsi Variabel Minat Kunjungan Konsumen	56
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.10. Hasil Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.12. Hasil Uji F	65
Tabel 4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis 26
- Gambar 4.1. Denah Lokasi 45
- Gambar 4.2. Bagan Struktur Organisasi CV. Motoroli 46
- Gambar 4.3. Distribusi Durbin 61
- Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas 62
- Gambar 4.5. Hasil Uji Normalitas 63

LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Exel
- Lampiran 3 : Lampiran SPSS 22
- Lampiran 4 : Surat Penunjukan Sebagai Pembimbing Skripsi
- Lampiran 5 : Undangan Seminar Proposal
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Melakukan Penelitian
- Lampiran 7 : Undangan Ujian Skripsi
- Lampiran 8 : Buku Konsultasi Skripsi

