

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA LAYANAN INTERNET  
TELKOMSEL DI KELURAHAN TEJO SARI  
KECAMATAN METRO TIMUR  
KOTA METRO**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Magister  
Manajemen



Oleh  
**DWI NANI RAHMAWATI**  
**NPM. 20710064**

**PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PENGGUNA LAYANAN INTERNET  
TELKOMSEL DI KELURAHAN TEJO SARI  
KECAMATAN METRO TIMUR  
KOTA METRO**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen

**Oleh :**

**DWI NANI RAHMAWATI  
NPM. 20710064**

**PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**

## ABSTRAK

Dwi Nani Rahmawati. 2022. "Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Internet Telkomsel Di Kelurahan Tejo Sari Kecamatan Metro Timur Kota Metro". Tesis. Program Pascasarjana Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. Suharto, S.E. M.M. C.R.B.C. Pembimbing (II) Dr. Afdal Mazni, S.E., M.M

**Kata kunci:** Kepuasan Konsumen, Produk, Harga, Distribusi/Tempat, Promosi.

Dari pertama munculnya musibah alam Covid-19 di Indonesia sekitar awal bulan Maret 2020, Pemerintah telah menetapkan kebijakan untuk mencegah penyebaran Covid-19 dengan membatasi aktivitas masyarakat, seperti belajar dan bekerja dari rumah. Begitu juga karyawan/pegawai baik di instansi Pemerintah/swasta kini harus dilakukan semuanya dari rumah baik untuk mengerjakan tugas – tugas kantor atau pun rapat secara virtual via aplikasi.

Mengungkap keunggulan bersaing Telkomsel dalam menyediakan layanan internet merupakan tantangan yang perlu di pelajari dengan seksama. Setidaknya melalui penelitian ini akan terkuak faktor-faktor dalam bauran pemasaran yang yang seringkali menjadi bahan pertimbangan bagi warga kelurahan Tejo Sari dalam menggunakan layanan internet Telkomsel tersebut.

Sedangkan riset ini memakai metode kuantitatif, dengan sampel secara *purposive sampling* dan ditemukan sebanyak 2.544 orang yang telah berusia 17 tahun ke atas. Metode pengambilan data memakai angket kuesioner yang dibagikan melalui google form. Selanjutnya data yang terkumpul diuji dengan uji validitas, reliabilitas, normalitas, homogenitas, regresi linier berganda dengan keputusan uji parsial t serta uji simultan f.

Dari hasil riset produk memiliki hubungan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga memiliki hubungan negatif & pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, promosi memiliki hubungan secara positif & pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, tempat/distribusi memiliki hubungan yang positif & pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, produk, harga, promosi, & tempat secara bersama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## ABSTRACT

Dwi Nani Rahmawati. 2022. "The Influence Of The Marketing Mix On The Customer's Satisfaction As The User of Telkomsel Internet Service At Tejo Sari Village, East Metro District, Metro City". Thesis. Master of Management Postgraduate Program, University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (I) Dr. Suharto, S.E. M.M. C.R.B.C. Supervisor (II) Dr. Afdal Mazni, S.E., M.M

**Keywords:** Consumer Satisfaction, Product, Price, Distribution/Place, Promotion.

*From the first appearance of the Covid-19 natural disaster in Indonesia around the beginning of March 2020, the Government has set policies to prevent the spread of Covid-19 by limiting community activities, such as studying and working from home. Likewise, employees/employees both in government/private agencies now have to do everything from home either to do office tasks or even meetings virtually via the application.*

*Uncovering Telkomsel's competitive advantage in providing internet services is a challenge that needs to be studied carefully. At least this research will reveal the factors in the marketing mix which are often taken into consideration by the residents of Tejo Sari village in using Telkomsel's internet service.*

*Meanwhile, this research used quantitative methods, with purposive sampling and found 2,544 people aged 17 years and over. The data collection method used a questionnaire which was distributed via google form. Furthermore, the collected data was tested by testing validity, reliability, normality, homogeneity, multiple linear regression with partial t test decisions and simultaneous f test.*

*From the research results, the product has a significant effect on consumer satisfaction, price has a negative relationship & a significant effect on consumer satisfaction, promotion has a positive relationship & a significant effect on consumer satisfaction, place/distribution has a positive relationship & a significant effect on consumer satisfaction, product, price, promotion, and place together have a significant influence on customer satisfaction.*

PERSETUJUAN

TESIS

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA LAYANAN INTERNET TELKOMSEL  
DIKELURAHAN TEJOSARI KECAMATAN KOTA METRO

Oleh  
**DWI NANI RAHMAWATI**  
NPM.20710064

Metro, 26 Februari 2022

Pembimbing I

Dr. Suharto, S.E., M.M., C.R.B.C  
NIDN. 0228035801

Pembimbing II

Dr. Afdal Mazni,S.E.,M.M  
NIDN. 0331106101

Menyetujui,  
Kaprodi Program Magister Manajemen

Dr. Suharto, S.E., M.M., C.R.B.C  
NIDN. 0228035801

PENGESAHAN

TESIS

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA LAYANAN INTERNET TELKOMSEL  
DIKELURAHAN TEJOSARI KECAMATAN KOTA METRO

Oleh  
DWI NANI RAHMAWATI  
NPM.20710064

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada Hari/tanggal : Kamis, 21 April 2022

Tim Penguji

  
Dr. Suharto, S.E.M.M.,C.R.B, Ketua  
NIDN. 0228035801

  
Dr.H. Afdal Mazni, S.E.,M.M, Sekretaris  
NIDN.03311061001

  
Dr.Bambang Suhada, S.E.M.Si, Penguji Utama  
NIP.19641204 199203 1 00 2

Menyetujui,  
Direktur Program Pascasarjana  
Universitas Muhammadiyah Metro



  
Drs. Agus Sutanto, M.S.i  
NIP. 19620827 198803 1 001

## **MOTTO**

“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar.”  
**(Umar bin Khattab)**

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa  
kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”  
**(Ridwan Kamil)**

“Hanya pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tanpa pendidikan  
indonesia tak mungkin bertahan.”  
**(Najwa Shihab)**

## **PERSEMBAHAN**

Rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan tepat waktu. Tesis ini kupersembahkan kepada:

1. Ibunda Suwarni, S.Pd dan ayahanda Drs.Sunaryo, teristimewa ku persembahkan kepada kedua orang tuaku tercinta yang telah mendidik, merawat dan menyayangiku dengan penuh kasih sayang yang tidak akan terganti, senantiasa memberi keteduhan dalam hidupku dan tidak henti-hentinya selalu memberikan do'a serta dukungan tanpa lelah demi keberhasilan studiku.
2. Suami Tercinta Safrudin, S.E selalu memberikan doa dan motivasi dalam meraih prestasiku setinggi-tingginya
3. Seluruh keluarga besar Mamas dan adek ku tersayang yang selalu mendoakan sampai aq bisa seperti sekarang ini.
4. Teman dan rekan sahabat baik dikantor maupun di masa perkuliahan yang selalu memberikan arahan dan motivasi semangat dalam Studiku
5. Dan Almamaterku Universitas Muhammadiyah Metro Program Studi Magister Manajemen.

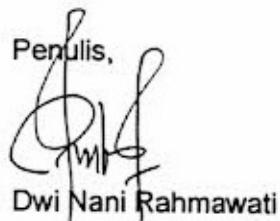
## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul "**Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap kepuasan pelanggan pengguna Internet Telkomsel di kelurahan Tejosari Kecamatan Metro Timur Kota Metro**"

Terselesaikannya penyusunan Tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd, Rektor Universitas Muhammadiyah Metro yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk cepat menyelesaikan Tesis ini.
2. Dr. H. Agus Sutanto, M.Si, Selaku Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro yang telah membimbing dan motivasi selama penyusunan Tesis ini.
3. Dr. Suharto, SE.M.M., sebagai ketua Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro yang selalu memotivasi dalam penyusunan Tesis ini.
4. Dr. Suharto, S.E.M.M., selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis.
5. Dr. H. Afdal Mazni, S.E.M.M., sebagai pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis.
6. Semua Dosen Program studi Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro yang sabar, ikhlas dan tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan Tesis.
7. Kepada rekan-rekan mahasiswa pascasarjana, dan rekan-rekan kerja saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari dalam penyusunan Tesis ini banyak kekurangannya, maka segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Semoga Tesis ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Penulis,  
  
Dwi Nani Rahmawati

## SURAT PERNYATAAN

Menyatakan bahwa tesis dengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Internet Telkomsel Di Kelurahan Tejosari Kecamatan Metro Timur Kota Metro" karya saya dan bukan hasil plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam tesis tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan Gelar Akademik Magister Manajemen dan mempertanggungjawabkannya secara hukum.

Dengan demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, April 2022

Yang membuat Pernyataan,



Dwi Nani Rahmawati



## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 2515/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Dwi Nani Rahmawati  
NPM : 20710064  
Jenis Dokumen : TESIS

### JUDUL:

Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Pelayanan Internet Telkomsel di Kelurahan Tejo Asri Kecamatan Metro Timur Kota Metro

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Tumitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 25 April 2022

Kepala Unit



Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.  
NIDN. 0203128801

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT .....	v
PERSETUJUAN.....	vi
PENGESAHAN .....	vii
MOTTO .....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
SURAT PERNYATAAN .....	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN ( <i>Similarity Chek</i> ) .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN LITERATUR .....	7
a. Manajemen Pemasaran.....	7
b. Kajian Literatur Yang Mendukung Variabel Terikat Dan Bebas .....	10
1. Kepuasan Konsumen (Pelanggan) .....	10
2. Produk ( <i>Product</i> ) .....	13
3. Harga ( <i>Price</i> ) .....	15
4. Distribusi/Tempat ( <i>Place</i> ).....	18
5. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	21
c. Penelitian Relevan .....	23

d. Kerangka Pemikiran.....	28
e. Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Desain Penelitian .....	29
B. Tahapan Penelitian .....	29
1. Teknik Sampling .....	29
2. Tahapan.....	31
C. Definisi Operasional Variabel .....	33
D. Teknik Pengumpulan Data .....	35
E. Instrumen Penelitian .....	35
F. Teknik Analisis Data .....	36
1. Uji Instrumen Penelitian .....	37
2. Uji Prasyarat Analisis .....	38
3. Uji Hipotesis.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum .....	41
B. Hasil Penelitian .....	44
1. Deskripsi Responden .....	44
2. Analisis Data.....	46
C. Pembahasan.....	55
1. Hubungan Antara Variabel Produk Dengan Kepuasan Konsumen .....	55
2. Hubungan Antara Variabel Harga Dengan Kepuasan Konsumen .....	56
3. Hubungan Antara Variabel Promosi Dengan Kepuasan Konsumen ....	57
4. Hubungan Antara Variabel Tempat Dengan Kepuasan Konsumen .....	57
5. Hubungan Antara Variabel Produk, Harga, Promosi, dan Tempat Dengan Kepuasan Konsumen .....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
A. Simpulan .....	59
B. Saran.....	59
<b>DAFTAR LITERATUR.....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>
<b>KUESIONER PENELITIAN.....</b>	<b>75</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Perbandingan Pengguna Internet Telkomsel Dengan Pengguna Operator Lain di Lima Kecamatan Kota Metro Per 100 Orang Pelanggan .....	4
Tabel 2. Perbandingan Pengguna Internet Telkomsel di Kelurahan Wilayah Kecamatan .....	5
Tabel 3. Penelitian - Penelitian Relevan.....	23
Tabel 4. Sampel Per Klaster.....	31
Tabel 5. Kisi - Kisi Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 8. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 9. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan .....	46
Tabel 10. Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan.....	46
Tabel 11. Uji Validitas Variabel Produk .....	46
Tabel 12. Uji Validitas Variabel Harga .....	47
Tabel 13. Uji Validitas Variabel Promosi .....	47
Tabel 14. Uji Validitas Variabel Tempat .....	48
Tabel 15. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	48
Tabel 16. Uji Reliabilitas Variabel .....	49
Tabel 17. Uji Normalitas Dengan Metode 1-sample <i>Kolmogrov-Smirnov</i> .....	49
Tabel 18. Hasil Uji Homogenitas .....	50
Tabel 19. Uji Linearitas Produk dan Kepuasan Konsumen .....	50
Tabel 20. Uji Linearitas Harga dan Kepuasan Konsumen .....	51
Tabel 21. Uji Linearitas Promosi Dan Kepuasan Konsumen.....	51
Tabel 22. Uji Linearitas Tempat dan Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel 23. Hasil Uji T .....	52
Tabel 24. Hasil Uji F .....	54
Tabel 25. Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	55

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Perbandingan Jumlah Pengguna Data Internet Berbagai Operator....	2
Gambar 2. Persentase Pengguna Internet Telkomsel.....	2
Gambar 3. Persentase Pengalaman Responden Menggunakan Layanan .....	3
Gambar 4. Persentase Alasan Responden Beralih Menggunakan Layanan .....	3
Gambar 5. Persentase Persepsi Responden Setelah Menggunakan Layanan Internet Telkomsel.....	4
Gambar 6. Unsur - Unsur Bauran Pemasaran (Sumber: Kotler dan Amstrong, 2012) .....	12
Gambar 7. Model Kerangka Pemikiran Penelitian .....	28

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Output SPSS Validitas Produk .....	63
Lampiran 2. Output SPSS Validitas Variabel Harga .....	64
Lampiran 3. Output SPSS Validitas Variabel Promosi.....	65
Lampiran 4. Output SPSS Validitas Variabel Tempat/Distribusi.....	66
Lampiran 5. Output SPSS Validitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	67
Lampiran 6. Output SPSS Reliabilitas Variabel Produk.....	68
Lampiran 7. Output SPSS Reliabilitas Variabel Harga .....	68
Lampiran 8. Output SPSS Reliabilitas Variabel Promosi.....	68
Lampiran 9. Output SPSS Reliabilitas Variabel Tempat/Distribusi.....	68
Lampiran 10. Output SPSS Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	69
Lampiran 11. Data Dasar Responden .....	69
Lampiran 12. Sebaran Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Lampiran 13. Sebaran Responden Berdasarkan Usia.....	72
Lampiran 14. Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
Lampiran 15. Sebaran Responden Berdasarkan Pendidikan.....	73
Lampiran 16. Sebaran Responden Berdasarkan Penghasilan.....	74