

Yayasan Merdeka Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber	: Sumbangan
Tanggal	: 14/01/15
No. Reg.	1. J14151487
	2. Tm/51/14/039



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PRODUK
LISTRIK PRABAYAR (LPB) PT PLN (Persero) AREA
TANJUNG PRIOK**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Magister Manajemen**

Oleh

MAX THERIK

NIM : 55111110225

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

2014

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of Marketing Mix towards customer satisfaction on PT. PLN (Persero) Area Tanjung Priok. The population of this research is the customer PT. PLN (Persero) Area Tanjung Priok (Kelapa Gading Area and Sunter Area) using Prepaid Meter.

The research methodology used descriptive research using survey methods that are intended to provide an explanation. Survey research is a study that takes a sample of a population and using questionnaire as a means of collecting the principal. There are two variables used in the independents variable and dependent variable. Product, Price, Promotion, Distribution is a variable of customer satisfaction are free and bound variables. To examine the variables that influence the researcher used multiples linear regression test method and Test F. According to the results obtained are the variables that affect customer satisfactions is the product, price, promotion and Distribution. Of the four independent variables, are the distribution variables that most affect customer satisfaction. Simultaneously to the four variables that affect customer satisfaction PT. PLN (Persero) Area Tanjung Priok.

Key words : Product, Price, Promotion, Distribution, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Tanjung Priok. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan PT. PLN (Persero) Area Tanjung Priok (Wilayah Kelapa Gading dan Sunter) yang menggunakan Meter Prabayar.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei yang dimaksudkan untuk memberikan penjelasan. Penelitian survei yang merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan yang pokok.

Ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Produk, Harga, Promosi, Distribusi adalah variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan adalah variabel terikat. Untuk menguji variabel yang berpengaruh peneliti menggunakan uji metode regresi linear berganda dan uji F. Menurut hasil yang diperoleh adalah variabel yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah Produk, Harga, Promosi dan Distribusi. Dari empat variabel bebas tersebut Distribusi adalah variabel yang paling mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Secara simultan ke empat variabel tersebut mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Area Tanjung Priok.

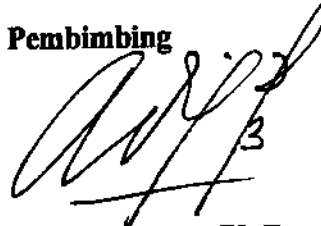
Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Kepuasan Pelanggan.

PENGESAHAN

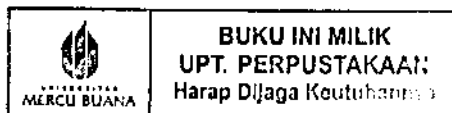
JUDUL : **ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Produk Listrik Prabayar (LPB)
PT PLN (Persero) Area Tanjung Priok**

Bentuk Tesis : Riset Bisnis
Nama : Max Therik
Nim : 55111110225
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal : 4 Februari 2014

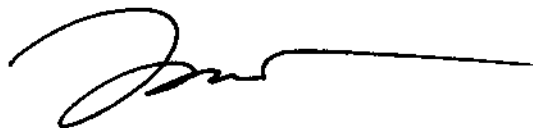
Pembimbing



Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D.



**Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana**



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

**Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister
Manajemen**



Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

Saya yang berandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

**JUDUL : ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Produk Listrik Prabayar (LPB)
PT PLN (Persero) Area Tanjung Priok**

Bentuk Tesis : Riset Bisnis (Kepuasan Pelanggan)

Nama : Max Therik

NIM : 55111110225

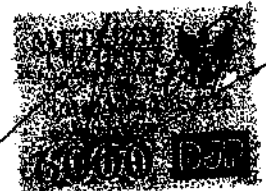
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Februari 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2014



Max Therik

(55111110225)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga penelitian dan penyusunan Tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian dari syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan tesis ini.
2. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana – Jakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana – Jakarta.
4. Para dosen pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana (Kelas Sabtu – Menteng) Jakarta.
5. Dukungan Herly Bonita Masengi dan kedua anak saya yang tercinta (Jeremy Ebenhaezer Therik dan Jonathan Gilbert Therik).

6. Teman-teman seangkatan Magister Manajemen Kelas Sabtu Menteng : Ibu Sri, Ibu Ine, Ibu Yulia, Ibu Dwie, Ibu Elvi, Pak Abdul, Pak Arsys, Pak Jemmy Teidy Pangemanan, Mbak Litha, Mbak Gresia Gisela, Mas Hendi dan Mas Hadi.
7. Manajemen PT. PLN (Persero) Area Tanjung Priok, khususnya Bidang Konstruksi dan Bidang Niaga yang selama ini sangat mendukung dalam penulisan tesis ini.

Disamping itu penulis menyadari bahwa tesis ini tidak luput dari kekurangan dan kesempurnaannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan masukan yang sifatnya membangun demi kebaikan atas tesis tersebut.

Jakarta, Februari 2014

Max Therik

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Perumusan Masalah	7
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	9

BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Listrik Negara	10
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	15
2.3 Struktur Organisasi	15
2.4 Ruang Lingkup Meter Prabayar	15

2.5	Produk Listrik Prabayar PLN	16
2.5.1	Manfaat Listrik Prabayar bagi Pelanggan	17
2.5.2	Manfaat Listrik Prabayar bagi PLN	19
2.5.3	Skema Sistem Prabayar	19
2.5.4	Komparasi Sistem Pascabayar dan Prabayar	20
2.5.5	Sosialisasi Listrik Prabayar	21

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

3.1	Produk	26
3.2	Harga	31
3.3	Saluran Distribusi	36
3.4	Promosi	38
3.5	Konsep Kepuasan Pelanggan	44
3.6	Penelitian Terdahulu	47
3.7	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	48

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1	Waktu dan Tempat Penelitian	50
4.2	Desain Penelitian	50
4.3	Data dan Metode Pengumpulan Data	50
4.4	Variabel dan Pengukuran Variabel	51

4.5	Populasi dan Sampel	52
4.6	Desain Kuesioner	53
4.7	Skala Pengukuran Kuesioner	53
4.8	Operasional Variabel	54
4.9	Metode Analisis Data	56
4.9.1	Skala Likert	58
4.9.2	Pengujian Validitas	58
4.9.3	Pengujian Reliabilitas	59
4.9.4	Pengujian Validitas Instrumen	59
4.9.5	Pengujian Hasil Penelitian	60
4.9.6	Uji Normalitas	62
4.9.7	Uji Asumsi Klasik	62

BAB V. HASIL DAN ANALISIS

5.1.	Data Penelitian	67
5.1.1	Latar Belakang Responden	67
5.1.2	Deskripsi Penelitian	67
5.2.	Uji Kualitas Data Penelitian	78
5.2.1	Uji Validitas Data	78
5.2.2	Uji Reliabilitas	80
5.3.	Uji Asumsi Klasik	81
5.4.	Uji Regresi Linier Berganda	84

5.5.	Uji Hipotesis Dan Analisis	86
5.5.1	Uji Determinasi (R^2)	86
5.5.2	Uji F	87
5.5.3	Uji t.....	88
5.6	Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	90

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	94
6.2	Saran	95

DAFTAR PUSTAKA	97
-----------------------------	----

LAMPIRAN	103
-----------------------	-----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	106
-----------------------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Komparasi Sistem Pascabayar dan Prabayar	21
Tabel 4.1	Operasional Variabel	55
Tabel 5.1	Deskripsi Data Responden	65
Tabel 5.2	Hasil Kuesioner terhadap Variabel Produk.....	68
Tabel 5.3	Hasil Kuesioner terhadap Variabel Harga	70
Tabel 5.4	Hasil Kuesioner terhadap Variabel Promosi	72
Tabel 5.5	Hasil Kuesioner terhadap Variabel Distribusi	74
Tabel 5.6	Hasil Kuesioner terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	76
Tabel 5.7	Validitas Variabel Penelitian	79
Tabel 5.8	Hasil Reliabilitas Variabel Penelitian	80
Tabel 5.9	Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas	82
Tabel 5.10	Hasil Regresi Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan	85
Tabel 5.11	Hasil Determinasi	86
Tabel 5.12	Hasil Koefisien Determinasi	87

Tabel 5.13	Hasil Uji Anova	87
Tabel 5.14	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	91
Tabel 5.15	Matriks Korelasi antar Dimensi	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Konsep Kepuasan Pelanggan	44
Gambar 3.2	Kerangka Pemikiran	48
Gambar 5.1	Grafik Scater Plot Produk, Harga, Promosi dan Distribusi	81
Gambar 5.2	Grafik Plot Uji Heterokedastisitas	83