

**ANALISIS 5P (PRICE, PROMOTION, PRODUCT, PLACE DAN PEOPLE)
YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN
DI SALON “ROSANA” JETIS PONOROGO**



SKRIPSI

Nama : Rukayah
NIM : 12412926
Program Studi : Manajemen

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : ANALISIS 5P (PRICE, PROMOTION, PRODUCT, PLACE DAN PEOPLE) YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN DI SALON "ROSANA" JETIS PONOROGO

Nama :Rukayah

NIM : 12412926

Program Studi :Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi


Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 31 Januari 2017

Pembimbing I


(Sujiono, SE, MM)
NIK. 19560616 198909 12

Pembimbing II


(Sukmono H. Hutojo, SE, MM)
NIK. 19510830 199903 14

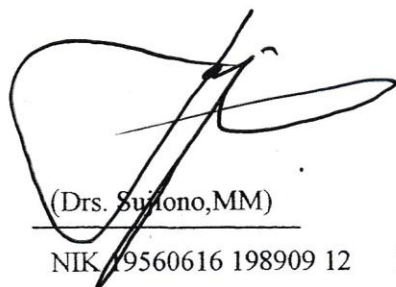
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


(Toti Rappini, SE, MM)

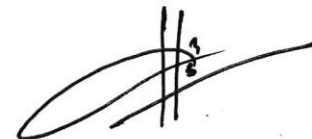
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji


(Drs. Suliono, MM)
NIK. 19560616 198909 12

(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)

NIK. 19760508 200501 11



(Naning Kristiyana, SE, MM)

NIK. 19750921 200309 14

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen berlangganan di salon “Rosana” Jetis Ponorogo, (2) Untuk mengetahui besarnya faktor yang mempengaruhi minat konsumen berlangganan di salon “Rosana” Jetis Ponorogo (3) Untuk mengetahui variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat konsumen berlangganan di salon “Rosana” Jetis Ponorogo.

Lokasi penelitian ini adalah Salon Rosana Jetis Kabupaten Ponorogo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Salon Rosana yang menjadi pelanggan Salon, yaitu berjumlah 60 Orang dari total konsumen 502 orang.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang di uji menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sedangkan teknik analisis data menggunakan Koefisien Determinasi, uji Regresi Linier Berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

Berdasarkan hasil analisis dengan Koefisien Deteminasi terhadap varibel price, promotion, product, place dan people diperoleh hasil sebesar 0,452 sebesar 45,2%. Sedangkan hasil analisis dengan menggunakan Regresi Linier Berganda, Variabel Price sebesar 0,472, Promotion 0,157, Product 0,107, Place 0,017 dan Variabel People sebesar 0,066. Pengujian hipotesis dengan uji F diperoleh hasil sebesar 8,884 dimana dari data F_{tabel} diketahui sebesar 2,53. Maka disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang berarti variabel price, promotion, product, place dan people secara bersamaan mempengaruhi minat berlangganan konsumen.

Pengujian hipotesis dengan uji t diperoleh hasil, untuk Variabel Price (X1) diperoleh nilai t hitung 5,003 > t tabel 2,009 dan nilai signifikan (sig.) 0,000 < 0,05. Variabel Promotion (X2) diperoleh t hitung 1,706 < t table 2,009 dan nilai signifikan (sig.) 0,094 > 0,05. Variabel Product (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar 1.037 < t table 2,009 dan nilai signifikan (sig.) 0,304 > 0,05. Variabel Place (X4) diperoleh t hitung sebesar 0,163 < t table 2,009 dan nilai signifikan (sig.) 0,871 > 0,05. Dan Variabel People (X5) diperoleh nilai t hitung sebesar 0,716 < t table 2,009 dan nilai signifikan (sig.) 0,477 > 0,05.

Kata kunci : Price, Promotion, Product, Place dan People.

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta nikmat yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis 5p (Price, Promotion, Product, Place dan People) terhadap Minat Konsumen Berlangganan di Salon Rosana Jetis Ponorogo”. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan, bantuan dan masukan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs.Sulton,M.si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo,.
2. Ibu Titi Rapini, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Eknomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Dra Umi Farida, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Sujiono,SE,MM., selaku pembimbing I dan Bapak Sukmono H.Hutojo.SE,MM., selaku pembimbing II
5. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memeberikan bekal ilmu pengetahuan selama studi.
6. Ibu Ima selaku owner sekaligus pimpinan Salon Rosana Jetis
7. Seluruh karyawan salon Rosana Jetis Ponorogo.
8. Teristimewa kedua orang tuaku Bapak dan Ibu, serta keluarga tercinta..

9. Rekan-rekan Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, khususnya Manajemen D angkatan 2012.

10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat yang berguna bagi peneliti lain dan semua pihak.

Ponorogo, 31 Januari 2017

Penulis

RUKAYAH

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pedapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 31 Januari 2017



(Rukayah)

12412926

	Hal
Halaman Pengesahan	i
Abstrak	ii
Kata Pengantar	iii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
 BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	9
2.1.3. Perilaku Konsumen	16
2.1.4. Pelanggan	19

2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Pemikiran	23
2.4. Hipotesis	24

BAB III

METODE PENELITIAN	25
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	25
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.2.1. Populasi	26
3.2.2. Sampel	27
3.3. Metode Pengambilan Data	27
3.4.1. Definisi Operasional	29
3.4.1.1. Variabel Terikat.....	29
3.4.1.2. Variabel Bebas	30
3.5. Metode Analisis Data	33
3.5.1. Uji Instrumen	33
3.5.1.1. Uji Validitas	33
3.5.1.2. Uji Reliabilitas	34
3.5.2. Analisis Data	35
3.5.2.1. Regresi Linier Berganda	35
3.5.2.2. Korelasi Berganda	35
3.5.2.3. Determinasi R^2	37
3.5.2.4. Uji F	37
3.5.2.5. Uji T	39

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Hasil Penelitian	41
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.1.3. Struktur Organisasi	43
4.1.4. Ketenagakerjaan	45
4.1.5. Gambaran Umum Pelayanan Jasa	48
4.1.6. Kegiatan Pemasaran	49
4.1.7. Deskripsi Responden	52
4.1.7.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.7.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.1.7.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan...	55
4.1.7.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	56
4.2. Identifikasi Jawaban Responden	57
4.2.1. Variabel Prie	59
4.2.2. Variabel Promotion	61
4.2.3. Variabel Product	63
4.2.4. Variabel Place	65
4.2.5. Variabel People.....	67
4.2.6. Minat Konsumen Berlangganan (Variabel Y)	69
4.3. Uji Instrumen	71
4.3.1. Analisis Uji Validitas	71
4.3.2. Analisis Uji Reliabilitas	73
4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.3.4. Analisis Korelasi Berganda	78

4.3.5. Koefisien Determinasi	79
4.3.6. Pengujian Hipotesis	80
4.3.6.1. Uji F	80
4.3.6.2. Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	82
4.3.6.3. Uji Koefisien Determinasi	88
4.4. Pembahasan.....	89
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1. Kriteria Tingkat Validitas	34
Tabel 3.2. Kriteria Indeks Reliabel	35
Tabel 4.1. Deskripsi Jabatan	46
Tabel 4.2. Tingkat Pendidikan Karyawan Salon Rosana Jetis	47
Tabel 4.3. Daftar Harga Pelayanan Salon Rosana Jetis	50
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
Tabel 4.6. Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	55
Tabel 4.7. Deskripsi Responden Berdasarkan lama menjadi pelanggan	56
Tabel 4.8. Rekapitulasi tanggapan responden tentang Price (X_1)	59
Tabel 4.9. Variabel Promotion (Promosi)	61
Tabel 4.10. Variabel Product (Produk)	63
Tabel 4.11. Variabel Place (Lokasi)	65
Tabel 4.12. Variabel People (Pelayanan)	67
Tabel 4.13. Minat Konsumen Berlangganan	69
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.16. Hasil Regresi Linier Berganda	75
Tabel 4.17. Rangkuman Hasil Analisis Korelasi Berganda	78
Tabel 4.18. Koefisien Determinasi	79
Tabel 4.19 Hasil Uji F	81
Tabel 4.20. Hasil Uji T	83

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	43
Gambar 4.2 Alur Pelayanan	49