

**PENGARUH *MARKETING COMMUNICATION MIX*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA "RAHMA TOUR N TRAVEL" SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
Dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



Disusun Oleh :

**Nama : Wahyuningsih
NIM : 10211029
Pembimbing : Aris Sunandes, SE., MM.**

**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
BLITAR
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : **Wahyuningsih**
NIM : 10211029
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

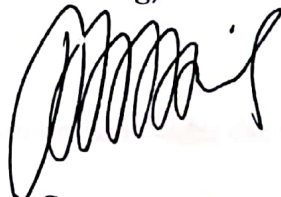
**PENGARUH *MARKETING COMMUNICATION MIX* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA “RAHMA TOUR N TRAVEL”
SURABAYA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal Agustus 2013 sampai dengan Januari 2014 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji didepan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti ujian komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut diatas.

Blitar, 10 Februari 2014

Pembimbing,



Aris Sunandes, SE, MM.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : **Wahyuningsih**
NIM : 10211029
Jurusan : Manajemen
Program studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**PENGARUH *MARKETING COMMUNICATION MIX* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA "RAHMA TOUR N TRAVEL"
SURABAYA**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, Pebruari 2014

Penulis,


METERAI
TEMPEL
REPUBLIK INDONESIA
118225757
6000 DJP
Wahyuningsih



Tour n Travel

Jalan karangmengajang 131D Surabaya
Telp.(031)5999387,081212740006, 087855861008

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rany Nur Rahmawati
Jabatan : Pemilik (owner)

Menerangkan bahwa

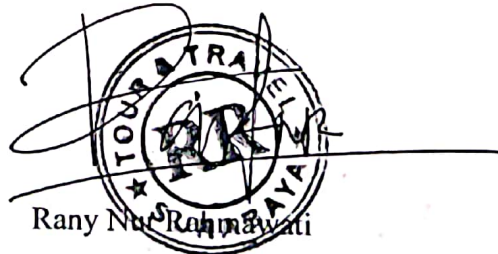
Nama : WAHYUNINGSIH
NIM : 10211029
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Telah melaksanakan penelitian pada "RAHMA TOUR N TRAVEL" Jl. Karangmenjangan 131 D Surabaya dengan judul : " Pengaruh Marketing Communication Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada " RAHMA TOUR N TRAVEL" di surabaya "

Dimulai observasi sejak tanggal 10 Desember 2014 sampai dengan 15 Januari 2014

Demikian surat keterangan ini Saya buat untuk di perlukan sebagaimana mestinya,

Surabaya ,17 January 2014
Pimpinan


Rany Nur Rahmawati

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

Pengaruh Marketing Communication Mix Terhadap keputusan Pelanggan pada "Rahma Tour N Travel" Surabaya

Yang disusun oleh :

Nama : **Wahyuningsih**




NIM : 10211029

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 15 Pebruari 2014

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

No.	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1	Siti Sunrowiyati,SE. MM.	Penguji I	
2	Sandi Eka Suprajang,SE. MM.	Penguji II	
3	Aris Sunandes,SE. MM	Penguji III	

Blitar, 15 Pebruari 2014

Pembimbing



(Aris Sunandes, SE, MM.)



Ketua Program Studi Manajemen



(Aris Sunandes, SE, MM.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrobbil'alamiin, segala puji penulis haturkan kepada yang tak kasat mata, penguasa seluruh Maha yang selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh *Marketing Communication Mix* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rahma Tour N Travel di Surabaya.**

Skripsi ini disusun dengan segala kemampuan yang dimiliki penulis dalam rangka memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Kesuma Negara" (STIEKEN) Blitar.

Dalam penulisan laporan ini penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. S. Soetrisno, MM., selaku Ketua STIEKEN Blitar
2. Bapak Aris Sunandes, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Aris Sunandes, SE.,MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Rany Nur Rahmawati selaku Pemilik perusahaan yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
5. Bapak dan ibu, serta kakak dan segenap keluarga tercinta yang telah mengasuh yang membimbing serta memberikan doa, semangat serta dorongan kepada penulis, baik moral maupun spiritual.

6. Temen-temenku satu angkatan dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari pembuatan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, serta dapat digunakan sebagai landasan dan bahan penyusunan skripsi selanjutnya.

Blitar, Pebruari 2014

Penulis

ABSTRAKSI

PENGARUH *MARKETING COMMUNICATION MIX* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA “RAHMA TOUR N TRAVEL” SURABAYA

Wahyuningsih – 10211029

Kata Kunci : *marketing communication mix, kepuasan pelanggan*

Rahma Tour N Travel di Surabaya adalah perusahaan jasa adalah suatu perusahaan yang kegiatan yang usahanya ditujukan untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan melalui pelayanan jasa-jasa tertentu, sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi dan pariwisata, dituntut untuk selalu memberikan kinerja dan pelayanan di jasa transportasi dan pariwisata yang terbaik agar mampu memberikan kepuasan pelanggan. Salah satu strategi yang digunakan adalah *Marketing Communication Mix (public relation, advertising, sales promotion, personal selling)* untuk kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *marketing communication mix (public relation, advertising, sales promotion, ersonal selling)* secara simultan maupun partial terhadap kepuasan pelanggan dan juga untuk mengetahui variabel dominan dari: *public relation, advertising, sales promotion, personal selling* yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil perhitungan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,625. Artinya *marketing communication mix (public relation, advertising, sales promotion, personal selling)* mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 62,5% sedang sisanya yaitu 37,5% dipengaruhi oleh variabel lain atau diluar variabel bebas yang tidak diteliti dalam penelitian ini, regresi berganda layak dipakai untuk memprediksi, karena sebagian besar variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model.

Hasil perhitungan pada pengujian F maupun t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Marketing Communication Mix (public relation, advertising, sales promotion, personal selling)* baik secara simultan maupun partial terhadap kepuasan pelanggan pada Rahma Tour N Travel Surabaya.

Hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien Beta advertising adalah sebesar 0,455 paling besar dari pada koefisien beta marketing communication mix yang lainnya. Oleh karena advertising yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya adalah advertising adalah merupakan kekuatan utama dari marketing communication mix pada perusahaan ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Marketing	7
B. Bauran Komunikasi Pemasaran	15
C. Kepuasan Pelanggan	20
D. Hubungan Antara Marketing Communication Mix Dengan Kepuasan Pelanggan	30

	E. Hipotesis Penelitian	31
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	A. Definisi Operasional Variabel	32
	B. Populasi Dan Sampel	33
	C. Jenis Penelitian	34
	D. Metode Pengumpulan Data	35
	E. Teknik Analisa Data	36
	F. Waktu Dan Tempat Penelitian	39
BAB IV	: ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
	A. Data Perusahaan	40
	B. Analisa Data	42
	C. Pembahasan	56
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	60
	B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran –lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	:	Uji Validitas	41
Tabel 4.2	:	Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.3	:	Uji Normalitas Distribusi	46
Tabel 4.4	:	Uji Multikolinearitas VIF	47
Tabel 4.5	:	Pengujian Autokorelasi	49
Tabel 4.6	:	Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.7	:	Pengujian Hipotesis Simultan	51
Tabel 4.8	:	Pengujian Hipotesis Partial	52
Tabel 4.9	:	Hasil Hitung Koefisien Beta	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	:	Empat Dasar <i>Marketing Communication Mix</i>	15
Gambar 4.1	:	Uji Heterokedastisitas	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi
- Lampiran 3 : Output SPSS