

**PENGARUH MARKETING MIX DAN KEMASAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN ROKOK SAMPOERNA MILD DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

DENNY OCTORA

11094850

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH MARKETING MIX DAN KEMASAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN ROKOK SAMPOERNA MILD DI YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DENNY OCTORA

11094850

dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

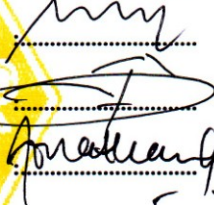
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal 16 JAN 2014

Nama Dosen:

1. Dra. Ety Istriani, MM
2. Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi
3. Jonathan Herdioko, SE, MM

Tanda Tangan



Yogyakarta, 22 JAN 2014

Disahkan Oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan 1 Manajemen,


Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

**PENGARUH MARKETING MIX DAN KEMASAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN ROKOK SAMPOERNA MILD DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan, Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta 2013

Disusun oleh :

DENNY OCTORA

11094850

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Denny Octora

NIM : 11094850

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : PENGARUH MARKETING MIX DAN KEMASAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ROKOK
SAMPOERNA MILD DI YOGYAKARTA

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil tiruan, pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. kecuali bagian yang sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar saya.

Yogyakarta.....

Penulis



Denny Octora
11094850

HALAMAN MOTTO

- ❖ Dalam hidup ada banyak persaingan. Jika kamu tidak menjadi yang terdepan, maka tak akan ada yang mengenalimu.
- ❖ Jangan berpikir terlalu banyak tentang masa lalu, karena itu hanya akan membawa air mata, dan jangan berpikir terlalu keras tentang masa depan, karena itu hanya akan membuatmu takut. Hiduplah saat ini dengan senyuman, karena hal itu membawa sukacita.
- ❖ Tujuan hidup: menghapus masa lalu, merubah masa kini, dan menata masa depan.
- ❖ Segala sesuatu ditentukan oleh niat. Jika niat kita baik, hidup kita akan baik. Mungkin tidak segera, tetapi pasti.
- ❖ Tetapkan hati untuk melangkah, karena langkah pertama akan menentukan hasil selanjutnya.
- ❖ Aku percaya bahwa akan ada harapan yang lebih baik di depan sana, asalkan kita tidak pernah berhenti untuk berusaha, bersyukur, dan dilandasi dengan doa.
- ❖ Setiap kamu punya mimpi, cita-cita, keinginan, dan apa yang mau kamu kejar, biarkan ia menggantung, menggambang 5 cm di depan kening kamu. Jadi dia gak akan pernah lepas dari mata kamu dan kamu bawa mimpi dan keyakinan kamu itu setiap hari, dan percaya bahwa kamu bisa.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Bapa yang di surga melalui anak-Nya Yesus Kristus atas segala pertolongan dan karunia-Nya selama ini yang terus menyertai kehidupan saya.
- Orang tua saya yang selalu memberi dukungan kepada saya baik dalam studi maupun kehidupan saya, baik secara moral maupun materi.
- My brother yang selalu memberi dukungan dan semangat selama saya menjalani skripsi.
- Seluruh keluarga besar ku yang tercinta.
- Bapak Petra Surya Mega Wijaya selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat sabar dan baik dalam membimbing saya selama menjalani skripsi.
- Seluruh teman-teman angkatan 2009, terutama kepada: Agung Wijanarko, Andry Gunawan, Alwi Darmadi, Jecky Beda Piran, Melky Marsiano, Ririk Arif Budiman, Haniel Rerista, Ikhe Marghi Dayana, Maria Lusiana. Thank's my friend's, tanpa kalian, aku bukanlah apa-apa.
- Almamaterku.Duta Wacana.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Bapa yang di Surga, dalam nama Tuhan Yesus Kristus atas pertolongan dan campur tangannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH MARKETING MIX DAN KEMASAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ROKOK SAMPOERNA MILD DI YOGYAKARTA”.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelar sarjana Ekonomi di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang turut membantu sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Di antaranya:

1. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat sabar dan baik dalam membimbing saya selama menjalani skripsi.
3. Seluruh staf pengajar dan administrasi Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pendidikan yang telah penulis peroleh selama menempuh pendidikan.

4. Papa dan Mama selaku dari orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan, perhatian, fasilitas, dan bantuan materi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Seluruh keluarga besar tercinta yang berada di Yogyakarta, terima kasih karena dukungan dan motivasi dari kalian, penulis dapat menyelesaikan studi.
6. Kakak (Hella Indra Gunawan) yang selalu memberi dukungan dan semangat selama saya menjalani skripsi.
7. Sahabat – sahabat ku tercinta, terima kasih buat dukungan dan doa kalian, karena kalian juga aku bisa menjadi seperti ini. Banyak kenangan baik manis maupun pahit yang ku lalui bersama kalian. Jika tua nanti kita tlah tlah hidup masing – masing, ingatlah hari ini.
8. Terima kasih buat semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu - persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan masih jauh dari sempurna. Namun penulis berharap agar semua pihak yang membaca skripsi ini dapat memberikan masukan demi kesempurnaannya.

Yogyakarta, Desember 2013

Penulis
Denny Octora

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Konsep Pemasaran	9
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.4 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	12
2.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen	15
2.2.1 Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen....	16
2.3 Kepuasan Konsumen.....	20
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	20
2.3.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	21
2.4 Variabel Penelitian	23
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.5.1 Hubungan Variabel Produk dengan Kepuasan Konsumen....	26
2.5.2 Hubungan Variabel Harga dengan Kepuasan Konsumen.....	27
2.5.3 Hubungan Variabel Tempat/Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.5.4 Hubungan Variabel Promosi dengan Kepuasan Konsumen...28	
2.5.5 Hubungan Variabel Kemasan dengan Kepuasan Konsumen..28	
2.6 Model Penelitian.....	29
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Data.....	31
3.1.1	Sumber Data.....	31
1.	Data Primer.....	31
2.	Data Sekunder	31
3.1.2	Pengumpulan Data.....	32
a.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
b.	Populasi dan Sampel.....	32
3.2	Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	33
3.2.1	Devinisi Variabel	33
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	36
3.3	Pengujian Instrumen dengan Uji Validitas dan Uji Reabilitas	37
3.3.1	Uji Validitas.....	37
3.3.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.4	Metode Analisis Data	39
3.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.4.2	Uji T	40
3.4.3	Uji F.....	41
3.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Statistik Deskriptif.....	43
4.2	Analisis Data	44
4.2.1	Analisis Validitas.....	44
4.2.2	Analisis Reliabilitas.....	47
4.2.3	Analisis Persentase.....	48
4.2.3.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.3.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.3.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
4.2.3.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2.3.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	52
4.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.4	Uji Signifikansi	55
4.4.1	Uji Signifikansi Pengaruh Secara Individual (<i>uji statistic t</i>)	55
4.4.2	Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan (<i>uji statistic F</i>).....	56
4.4.3	Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.5	Analisis.....	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	63
5.1.1 Kesimpulan Berdasarkan Profil Responden.....	63
5.1.2 Kesimpulan Berdasarkan Analisis Data (Hipotesis).....	64
5.2 Keterbatasan Penelitian	65
5.3 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	52
Tabel 4.8	Hasil Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.9	Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Determinasi (R^2).....	58
Tabel 4.11	Ringkasan Hasil Penelitian.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	29
-----------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Profil Responden

LAMPIRAN 2 Kuesioner

LAMPIRAN 3 Karakteristik Responden

Uji Validitas

Uji Reabilitas

Uji Regresi Linier Berganda

Uji t

Uji F

R Square

LAMPIRAN 4 Surat Izin Penelitian

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan zaman yang sangat pesat secara tidak langsung telah merubah pola hidup dan pola pikir masyarakat terhadap suatu produk yang akan mereka konsumsi. Hal ini menyebabkan semua perusahaan yang bergerak di bidang industri barang maupun jasa, berlomba untuk menghasilkan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam penelitian ini penulis mengambil 5 (lima) variabel independen (*marketing mix*). Yaitu dengan judul "*Pengaruh marketing mix dan kemasan terhadap kepuasan konsumen rokok sampoerna mild di Yogyakarta*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat/distribusi (*place*), dan kemasan terhadap kepuasan konsumen rokok sampoerna mild di Yogyakarta. Sampel sebanyak 100 responden, alat uji untuk penelitian secara bersama (uji F) dan secara parsial (uji T) dan analisis koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menguji pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Profil responden terdiri dari: jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Pernyataan mengenai variabel terdiri dari 23 pertanyaan. Melalui karakteristik responden dan pertanyaan yang ada, maka penelitian ini mendapatkan bahwa empat variabel independen yaitu variabel, produk, tempat, promosi dan kemasan yang mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen. Sedangkan variabel independen harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari kelima variabel independen hanya empat variabel independen yang berpengaruh secara parsial (tempat, promosi, produk dan kemasan) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen rokok mild di Yogyakarta.

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

ABSTRACT

Competition in the business world becomes more intense, especially with the increasing needs and desires of consumers . The rapid development period has indirectly changed the lifestyle and mindset of the people towards the products they consume. This leads to all companies engaged in the field of industrial goods and services , are racing to produce goods or services that can meet the needs and desires of consumers.

In this study the authors take 5 (five) independent variables (the marketing mix) . That is, with the title " *The influence of marketing mix and packaging toward consumer satisfaction on sampoerna mild cigarettes in Yogyakarta* " . The purpose of this study was to investigate the effect of independent variables product (product) , price (price) , promotion (promotion) , place / distribution (place) , and packaging to customer satisfaction sampoerna mild cigarettes in Yogyakarta . Sample of 100 respondents , the test tool to study together (F test) and partial (t test) and coefficient of determination (R²) . The results of this study examines the effect of simultaneously significant and partially between the independent variables on the dependent variable . Profile of respondents consisted of : gender , age , education , occupation , and income . Statement of the variables consisting of 23 questions . Through the characteristics of respondents and the questions, this study found that four independent variables are variable , product , place , promotion and packaging that influence the dependent variable of customer satisfaction . While the price of the independent variable has no effect on customer satisfaction . So from this study it can be concluded that of the five independent variables only four independent variables are partial effect (place , promotion , product and packaging) on the dependent variable of customer satisfaction in Yogyakarta mild cigarettes .

Key words : Product , Price , Promotion , Place / Distribution , Packaging and Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan zaman yang sangat pesat secara tidak langsung telah merubah pola hidup dan pola pikir masyarakat terhadap suatu produk yang akan mereka konsumsi. Hal ini menyebabkan semua perusahaan yang bergerak di bidang industri barang maupun jasa, berlomba untuk menghasilkan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam penelitian ini penulis mengambil 5 (lima) variabel independen (*marketing mix*). Yaitu dengan judul "*Pengaruh marketing mix dan kemasan terhadap kepuasan konsumen rokok sampoerna mild di Yogyakarta*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat/distribusi (*place*), dan kemasan terhadap kepuasan konsumen rokok sampoerna mild di Yogyakarta. Sampel sebanyak 100 responden, alat uji untuk penelitian secara bersama (uji F) dan secara parsial (uji T) dan analisis koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menguji pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Profil responden terdiri dari: jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Pernyataan mengenai variabel terdiri dari 23 pertanyaan. Melalui karakteristik responden dan pertanyaan yang ada, maka penelitian ini mendapatkan bahwa empat variabel independen yaitu variabel, produk, tempat, promosi dan kemasan yang mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen. Sedangkan variabel independen harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari kelima variabel independen hanya empat variabel independen yang berpengaruh secara parsial (tempat, promosi, produk dan kemasan) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen rokok mild di Yogyakarta.

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan zaman yang sangat pesat secara tidak langsung telah merubah pola hidup dan pola pikir masyarakat terhadap suatu produk yang akan mereka konsumsi. Hal ini menyebabkan semua perusahaan yang bergerak di bidang industri barang maupun jasa, berlomba untuk menghasilkan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal itu dapat dicapai apabila perusahaan dapat memasarkan produk atau jasanya dengan baik. Persaingan antar perusahaan merupakan hal yang tidak dapat dihindari, di mana setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup dengan berbagai bentuk persaingan yang ada. Banyak cara yang ditempuh sebuah perusahaan untuk tetap bertahan yakni dengan kebijakan perusahaan dalam melihat peluang pasar dan menciptakan image yang baik di mata konsumen.

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain (Kotler, 2008). Oleh karena itu, kegiatan pemasaran perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan orientasi pemasaran yang paling penting untuk dilaksanakan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan serta memelihara konsumen menjadi konsumen yang setia. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pada konsumen melalui penyampaian produk, jasa, serta pelayanan berkualitas dengan harga bersaing. Adapun kepuasan konsumen adalah penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapan/hasil dalam kaitannya ekspektasi (Kotler, 2008).

Ada beberapa faktor yang menyebabkan munculnya kepuasan konsumen, salah satunya adalah produk. Menurut Kotler (2008) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam hal ini konsumen dapat terpuaskan ketika ia mengkonsumsi produk tersebut dan kebutuhannya dapat terpenuhi. Selain kualitas produk, harga dapat menyebabkan munculnya kepuasan bagi konsumen. Pembeli biasanya memandang harga sebagai indikator dari kualitas suatu produk. Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas produk. Maka, konsumen cenderung berasumsi bahwa harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi.

Selain produk dan harga, promosi juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membelinya. Menurut Tjiptono (2008) Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. yang dimaksud

dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Sebagai salah satu variabel marketing mix, tempat/saluran distribusi mempunyai peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan memasarkan produknya, karena tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat. Menurut Kotler (2008) Saluran Distribusi adalah sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Peranan saluran distribusi dalam dunia usaha sangatlah penting, sebab hal tersebut merupakan faktor yang ikut membantu serta menentukan tercapainya atau tidaknya kemajuan suatu usaha dalam upaya mengoptimalkan tingkat penjualan.

Pentingnya desain kemasan produk termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemasan merupakan persepsi orang terhadap sebuah brand. Kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk dari ancaman terjadinya kerusakan, melainkan telah menjadi salah satu unsur daya tarik konsumen dalam bersaing dengan produk-produk lainnya terutama yang sejenis. Hal tersebut menjadi tuntutan bagi suatu perusahaan atau produsen produk untuk menciptakan daya tarik terhadap calon pembeli dan menimbulkan minat membeli. Untuk menciptakan daya tarik pembeli maka diperlukan terobosan kreatif atas produk selain kualitas produk, salah satunya

lewat kemasan yang menarik minat beli. Kemasan pada suatu produk mencitrakan dirinya sendiri dipasaran dan berusaha menawarkan dirinya sendiri ditengah-tengah himpitan produk lain. Menurut Kotler dan Amstrong (2003) pengemasan adalah kegiatan mendesain dan memproduksi wadah atau pembungkus produk.

Kepuasan dapat tercapai apabila kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi. Ciri dari konsumen merasa puas adalah dengan memberikan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut di masa datang dan akan mengatakan hal-hal yang baik terhadap produk tersebut kepada orang lain. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya tercipta sebuah hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen. Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan landasan utama untuk dapat memenangkan persaingan atau paling tidak tumbuh dan berkembang pada era persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif.

Saat ini, banyak bermunculan pabrik - pabrik rokok baru baik di kelas menengah dan kecil yang menciptakan variasi rasa dengan harga jual yang beraneka ragam pula yang membuat persaingan di industri rokok semakin ketat. Kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, memaksa setiap perusahaan rokok untuk lebih berinovasi mengembangkan produk mereka. Terutama dari kemasan dan juga marketing mix (produk, price, place, promotion).

Rokok merupakan suatu barang konsumsi yang sudah tidak asing lagi. Rokok telah menjadi konsumsi rutin bagi para perokok. Saat ini, konsumen rokok sudah merambah berbagai kalangan dari orangtua sampai anak-anak, baik laki - laki maupun perempuan. Dengan melihat kenyataan tersebut, maka saat ini tiap-tiap perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas

produknya, dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar perusahaan dapat tetap eksis di pasar dan memenangkan persaingan sehingga laba yang optimal pun dapat tercapai.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
- c. Apakah tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
- d. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
- e. Apakah kemasan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Menguji pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen.
- b. Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
- c. Menguji pengaruh tempat terhadap kepuasan konsumen.
- d. Menguji pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen.
- e. Menguji pengaruh kemasan terhadap kepuasan konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mengkonsumsi rokok sehingga menimbulkan kepuasan. Jadi, pihak perusahaan akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam memenuhi harapan konsumen.

b. Bagi Penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah ilmu dibidang pengetahuan bidang perilaku konsumen, sehingga penulis dapat mengetahui faktor yang paling dominan di antara produk, harga, tempat, promosi, dan kemasan yang menyebabkan timbulnya kepuasan.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang kepuasan konsumen.

1.5. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah :

- a. Obyek penelitian adalah konsumen yang mengkonsumsi rokok Sampoerna Mild di wilayah Yogyakarta.
- b. Atribut yang diteliti yaitu :
 1. Produk
 2. Harga
 3. Tempat
 4. Promosi
 5. Kemasan
 6. Kepuasan Konsumen
- c. Profil konsumen yang diteliti berdasarkan :
 1. Jenis kelamin
 2. Usia
 3. Pendidikan
 4. Pekerjaan
 5. Pendapatan tiap bulan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari variabel independen (produk, harga, tempat/distribusi, promosi, dan kemasan) terhadap kepuasan konsumen rokok Sampoerna Mild di Yogyakarta, yang mana memiliki sampel 100 responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1. Kesimpulan Berdasarkan Profil Responden

1. Berdasarkan penelitian mengenai karakteristik responden, analisis presentase pada profil responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa konsumen dari rokok Sampoerna Mild didominasi oleh responden berjenis kelamin laki – laki sebanyak 77 orang dengan persentase 77%.
2. Berdasarkan penelitian mengenai karakteristik responden, analisis presentase pada profil responden berdasarkan usia, menunjukkan bahwa konsumen dari rokok Sampoerna Mild didominasi oleh responden usia > 21 - 30 tahun sebanyak 59 orang dengan persentase sebanyak 59%.
3. Berdasarkan penelitian mengenai karakteristik responden, analisis presentase pada profil responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, menunjukkan bahwa konsumen dari rokok Sampoerna Mild didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan maksimal SMA dengan responden paling banyak yaitu sebanyak 66 orang dengan persentase sebanyak 66%.

4. Berdasarkan penelitian mengenai karakteristik responden, analisis presentase pada profil responden berdasarkan pekerjaan, menunjukkan bahwa konsumen dari rokok Sampoerna Mild didominasi oleh responden Pelajar/Mahasiswa sebanyak 58 orang dengan persentase 58%.
5. Berdasarkan penelitian mengenai karakteristik responden, analisis presentase pada profil responden berdasarkan pendapatan per bulan, menunjukkan bahwa konsumen dari rokok Sampoerna Mild didominasi oleh responden dengan tingkat pendapatan perbulan sebesar > Rp 3.000.000 sebanyak 34 orang dengan persentase 34%.

5.1.2. Kesimpulan Berdasarkan Analisis Data (Hipotesis)

Dari hipotesis yang dikemukakan bahwa terdapat 5 variabel yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu produk, harga, tempat/distribusi, promosi dan kemasan ternyata tidak sepenuhnya benar, karena dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa :

- Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel produk yang meliputi kualitas, rasa, dan bahan – bahan dalam pembuatan produk rokok Sampoerna Mild berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

- Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel tempat/distribusi yang meliputi ketersediaan dan kemudahan dalam mendapatkan produk rokok Sampoerna Mild berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen
- Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga yang meliputi tingkat harga, harga sebanding dengan kualitas produk, dan perbandingan harga produk dengan produk rokok lainnya tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel promosi yang meliputi iklan dimedia cetak, media elektronik, dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
- Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kemasan yang meliputi bentuk, desain, dan warna berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya mencakup konsumen rokok Sampoerna Mild di wilayah Yogyakarta.
2. Variabel yang di teliti terbatas hanya mencakup 5 variabel, yaitu : produk, harga, tempat/distribusi, promosi, dan kemasan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

3. Data dalam penelitian ini hanya berdasarkan kuesioner yang di sebar kepada 100 responden. Berdasarkan hasil dari kuesioner dan jumlah responden yang terbatas, maka penelitian ini tidak dapat menjawab secara keseluruhan, sehingga jawaban yang ada hanya masih sebatas pendapat sebagian konsumen rokok Sampoerna Mild saja.

5.3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian ini, berikut adalah saran – saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan agar dapat memperluas daerah penelitian agar bisa mendapatkan hasil jawaban secara maksimal.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan agar dapat menambah variabel penelitian yang sekiranya memiliki pengaruh bagi kepuasan konsumen.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan agar dapat menambah jumlah responden dan tidak hanya menggunakan kuesioner, tetapi juga dapat melakukan tanya jawab secara langsung/interview, agar bisa mendapatkan jawaban secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinan, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. Kevin Lane Keller. 2008. edisi ketiga belas, Jilid 1 *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P.; Armstrong, 2008. Edisi kedua belas, Jilid 2 Prinsip – Prinsip Pemasaran, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Best Seller. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kelima. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2008, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2003, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
-<http://www.google.com/search/> *Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh.*
-<http://www.google.com/search/> *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Cindera Mata terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik di Yogyakarta.*
-<http://www.google.com/search/> *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor.*