

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI TIWUL AYU MBOK SUM YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**NOVIA WINDA BUDIARTI**

**315100813**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN HOTEL**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI**  
**TIWUL AYU MBOK SUM YOGYAKARTA**

Oleh:

**NOVIA WINDA BUDIARTI**

**NIM: 315100813**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN HOTEL**

Telah disetujui oleh:

**Pembimbing I**



**Drs. Prihatno, MM**

**NIDN. 0526125901**

**Pembimbing II**



**Dra. Heni Susilawati, MM**

**NIDN. 0505026202**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan**



**Hermawan Prasetyanto, S. ST, MM.**

**NIDN. 0516057102**

**BERITA ACARA UJIAN**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI  
TIWUL AYU MBOK SUM YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh:**

**NOVIA WINDA BUDIARTI**

**NIM: 315100813**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN HOTEL**

**Telah dipertahankan di depan penguji**

**Dan dinyatakan : Lulus**

**Pada tanggal**

**Penguji Utama : Hermawan Prasetyanto, S. ST, MM (**  
**NIDN. 0516057102**

**Pembimbing I : Drs. Prihatno, MM**  
**NIDN. 0526125901**

**Pembimbing II : Dra. Heni Susilawati, MM**  
**NIDN. 0505026202**

()  
()  
()

**Mengetahui**

**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA**

  
**(Drs. Prihatno, MM)**  
**NIDN. 0526125901**

## **MOTTO**

“Kebesaran dan kokohnya seseorang tidak di ukur dari kekuatan fisiknya, tapi di ukur dari bagaimana dia berdiri tegap setiap dia terjatuh” (Wind)

## **PERNYATAAN KEASLIAN UJIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novia Winda Budiarti

NIM : 315100813

Program Studi : Pengelolaan Hotel

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI TIWUL AYU MBOL SUM YOGYAKARTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya pernah diajukan untuk memperoleh gelar kersarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta,

Novia Winda Budiarti

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan segala hormat dan ucap syukur kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunianya serta memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

- a. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, doa, moral dan material, engkau berdualah penguat dan cahaya kehidupanku.
- b. Teruntuk Dary Halim calon suamiku terimakasih telah menjadi pondasi yang kokoh selama ini.
- c. Ni'matus Sholikhah, S.T.Par terimakasih telah mendampingi, menjadikan semangat, dukungan dan memberikan saran masukan kepada saya hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik,
- d. teruntuk Khairun Nisak S.T.Par terimakasih atas dukungannya dan bantuannya selama ini.

Semoga Allah selalu menyertai kita semua, Aamiin

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur Alhamdulillah penulis sampaikan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan anugerah, hidayah, dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Pengelolaan Hotel Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) AMPTA Yogyakarta.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung kelancaran kegiatan penyusunan skripsi. Sangat disadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini bukanlah hanya kerja dari penulis semata, melainkan juga melibatkan berbagai pihak, maka dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Prihatno, MM. selaku Ketua STP AMPTA Yogyakarta dan sebagai dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, bantuan, masukan dan ilmu yang berharga hingga skripsi ini terselesaikan.
2. Ibu Dra. Heni Susilawati, MM selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berarti bagi penulis.
3. Bapak Hermawan Prasetyanto, S. ST, MM. selaku ketua jurusan dan sebagai penguji utama yang selalu memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.

4. Bapak Jonet selaku puket II telah memberi keringanan dispensasi pembayaran uang kuliah kepada penulis, karena beliauah penulis bisa sampai menyelesaikan Skripsi ini.
5. Responden yang telah memberikan sumber data sebagai bahan utama penulisan penelitian ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta,

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN BERITA ACARA.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori .....	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Pengertian Bauran Pemasaran .....	11
3. Pengertian Pelanggan .....	14
4. Pengertian Kepuasan .....	16
B. Kerangka Pemikiran Teoritik .....	24
C. Penelitian Terdahulu .....	24
D. Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Jenis Penelitian .....	27

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Populasi dan Sampel.....	28
D. Variabel dan Indikator .....	29
E. Metode Pengumpulan Data .....	31
F. Metode Analisis Data .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Lokasi Penelitian.....	38
B. Hasil Analisis dan Pembahasan.....	42
C. Pembahasan .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator .....	32
Tabel 3.2 Skala Likert .....	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Usia .....	46
Tabel 4.3 Pekerjaan .....	47
Tabel 4.4 pendidikan .....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Landmark</i> Tiwul Ayu Mbok Sum Yogyakarta .....	41
Gambar 4.2 Menu Tiwul Ayu Mbok Sum .....	42
Gambar 4.3 Proses Pengukusan Dengan Tungku Api .....	43
Gambar 4.4 Gubuk Griya Dahar Mbok Sum Yogyakarta .....	44
Gambar 4.5 Restoran Griya Dahar Mbok Sum Yogyakarta .....	44

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Data Hasil Kuesioner

Lampiran III Data Primer

Lampiran IV Gambar Lokasi Penelitian

## ABSTRAK

### **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tiwul Ayu Mbok Sum Yogyakarta**

Penulis memilih lokasi penelitian di Tiwul Ayu Mbok Sum Yogyakarta yang beralamat di Jl. Mangunan KM. 4,5 RT. 15, Mangunan, Dlingo, Bantul. Dikarenakan rasa ketertarikan akan makanan tradisional khas Yogyakarta yaitu tiwul yang melegenda dan inovatif. Dengan penjualan mencapai 50kg perhari tentunya ada beberapa faktor yang mempengaruhi seperti teknik pemasaran yang di lakukan. Tujuan penelitian ini guna mengetahui pengaruh variabel independen (bauran pemasaran) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif , metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa wawancara dan kuesioner dengan menggunakan sampel sebanyak 30 orang pelanggan Tiwul Ayu Mbok Sum Yogyakarta. Dalam pengambilan data kuesioner penulis menggunakan sistem pemberian skor (skala *likert*) pada setiap pernyataan yang di ajukan. Data tersebut kemudian di olah dengan menggunakan *software* SPSS 21.00 dengan metode analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana di dapatkan  $Y = 3,383 + 0,594$  dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,585 atau 58,5% sedangkan sebanyak 41,5% di pengaruhi oleh faktor lain yang panelis tidak teliti. Dari hasil uji t di ketahui t tabel dan t hitung memiliki pengaruh yang signifikan. Dari hasil penelitian melalui metode linier sederhana menunjukkan bahwa secara keseluruhan, variabel independen (bauran pemasaran) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) dengan taraf signifikan 0,000 yang berarti di bawah tingkatan 0,05 atau 5% dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di Tiwul Ayu Mbok Sum Yogyakarta dan di di dapatkan hasil hipotesa yang menyatakan  $H_a$  di terima.

Kata Kunci : bauran pemasaran, kepuasan pelanggan, Tiwul Ayu Mbok Sum Yogyakarta.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan sumber daya alam yang melimpah dan memiliki budaya yang sangat beragam. Letak geografis yang berbeda-beda, daerah pesisir memiliki bahan dasar makanan dari olahan hasil laut, sedangkan yang tinggal di daerah pegunungan dengan hasil pertaniannya. Dengan fenomena geografis ini tentunya setiap daerah memiliki makanan khas atau makanan tradisionalnya masing-masing yang sesuai dengan ciri khas daerah tersebut.

Makanan tradisional adalah makanan yang berasal dari daerah tertentu dengan ciri khas daerah tersebut yang telah menjadi identitas dari sebuah daerah . Sebagaimana dijelaskan Prof. Murdijati Gardjito, Guru Besar Teknologi Pangan dari UGM (2015), makanan tradisional adalah “makanan yang diolah dari bahan pangan hasil produksi setempat, dengan proses yang telah dikuasai masyarakat dan hasilnya adalah produk yang citarasa, bentuk dan cara makannya dikenal, digemari, dirindukan, bahkan menjadi penciri kelompok masyarakat tertentu. Pada sebagian masyarakat, makanan tradisional juga merupakan kebanggaan akan daerah kelahiran, tempat tumpah darahnya.” Seperti “gudeg” yang sudah menjadi identitas kota Yogyakarta, setiap orang membicarakan gudeg pasti langsung terlintas nama Yogyakarta.

Selain gudeg di Yogyakarta terdapat beraneka ragam makanan tradisional dari makanan berat hingga jajanan pasar. Tak hanya itu saja Yogyakarta juga terkenal dengan aneka Gethuk, tidak bisa dipungkiri lagi karena salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan penghasil singkong yaitu Kabupaten Gunung Kidul, disana dengan kontur tanah perbukitan batu karang sangat sulit untuk menanam padi maka dari itu para penduduk sekitar menanam singkong. Alhasil dari singkong yang melimpah tersebut di buatlah berbagai macam Gethuk, Gathot, Lemet, Tiwul, dll. Dari sekian banyaknya gethuk tiwul adalah makanan pokok pengganti nasi untuk sebagian masyarakat desa salah satunya di daerah Imogiri, Bantul.

Tiwul merupakan produk pangan tradisional yang berbahan dasar tepung singkong atau tepung gapek yang di campur dengan air hangat, dan kemudian dikukus sehingga menghasilkan tiwul dengan aroma, tekstur, dan rasa yang khas. Karakteristik tiwul pada umumnya diantaranya memiliki tekstur yang apabila dikonsumsi terasa agak lengket pada langit-langit rongga mulut, berwarna coklat muda dan rasa tiwul khas bahan dasar yaitu tepung singkong.

Masyarakat Yogyakarta di beberapa tempat masih menjadikan tiwul sebagai makanan pokok maupun selingan. Selain karena kontur tanah di Yogyakarta khususnya kabupaten Gunung Kidul, Kulon Progo, dan Bantul adalah sebagian batu karang, sehingga sulit untuk ditanami padi maka dari itu masyarakat memilih menanam ubi kayu atau singkong.



Hasil panen yang melimpah namun memiliki harga jual yang relatif lebih rendah sehingga banyak hasil kebun yang tak terjual, ubi kayu atau singkong ini kemudian dikeringkan dan dijadikan sebagai tepung oleh masyarakat. Namun, belakangan ini seiring perkembangan jaman diketahui bahwa tingkat konsumsi tiwul sebagai makanan pokok mengalami penurunan yang mana hal tersebut berkaitan dengan kualitas tiwul yang dihasilkan.

Tiwul yang dahulu hanya di sajikan dengan kelapa parut dan gula, saat ini menjelma menjadi makanan yang banyak digemari. Berkat tangan seorang Suminem atau yang lebih dikenal dengan Mbok Sum. Beliau merupakan pelopor tiwul dengan berbagai rasa pertama di Yogyakarta.

Griya Dahar Tiwul Ayu Mbok Sum yang terletak di Jl. Mangunan KM. 4,5 RT. 15, Mangunan, Dlingo, Bantul. Dimana lokasi tersebut merupakan kawasan wisata hutan pinus dan kebun buah mangunan. Ini merupakan pasar yang sangat potensial melihat jumlah produksi Tiwul Ayu Mbok Sum mampu mencapai 50kg tepung singkong dalam sehari, ini sama saja 500 kotak tiwul dalam sehari. Jika harga berkisar dari Rp 6.000 sampai Rp 15.000 maka pendapat kotor dalam sehari mencapai Rp 3.000.000 sampai Rp 7.500.000 dalam sehari. Tentunya ini merupakan sebuah daya tarik yang menarik.

Daya tarik yang dimiliki oleh Tiwul Ayu Mbok Sum ini tentunya menimbulkan banyaknya permintaan terutama pada musim liburan. Pengunjung yang datang tak hanya dari dalam kota melainkan dari luar kota bahkan ada yang dari luar pulau. Tentunya perlu ada teknik pemasaran yang baik dan tepat, dengan menggunakan teknik pemasaran yang baik dan tepat

ini maka akan tujuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan akan mudah terpenuhi.

Pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan. (Hasan, 2013:4)

Untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai keuntungan sebanyak-banyaknya diperlukan strategi pemasaran yang baik. Menurut Hasan (2013:436) Strategi pemasaran yang baik harus dibangun atas dasar pemahaman bisnis yang kuat, dikombinasikan dengan pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan, pesaing dan *skill* dan cara bisnis termasuk dengan cara pemasok dan distributor. Disemua tipe bisnis tiga langkah berikut ini dapat membantu dalam mencapai keberhasilan :

1. Pelajari pelanggan dan pasar untuk mengetahui produk dan jasa apa yang dapat menciptakan nilai ekonomis.
2. Kembangkan segmentasi yang mencerminkan daya tarik ekonomis bagi pelanggan.
3. Kembangkan nilai yang jelas bagi setiap segmen.

Hal ini tentunya tak lepas dari strategi pemasaran yang diterapkan di Tiwul Ayu Mbok Sum. Di dalam strategi pemasaran kita mengenal dengan istilah STP (*segmentation, targeting, poitioning*). Untuk mengimplementasikan STP diperlukan sebuah alat atau metode yaitu bauran pemasaran. Menurut Ratih Hurriyati (2010:48) definisi bauran pemasaran merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Bauran pemasaran produk terdiri dari 7 unsur yaitu *product, price, place, promotion, people, pysical evidence, process*. Sebagai suatu bauran unsur-

unsur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain, sehingga apabila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya akan mempengaruhi strategi bauran pemasaran secara keseluruhan. Dan tentunya akan berdampak kepada kepuasan pelanggan.

Pada hakekatnya konsep pemasaran menekankan orientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh kegiatan promosi yang sesuai guna mencapai keberhasilan tujuan perusahaan. Sebelum menetapkan sebuah strategi pemasaran, kita harus mampu menganalisa sebuah peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dari suatu produk. Untuk itu kita dapat memaksimalkan kelebihan produk kita dan meminimalisir kekurangan dari produk kita. Melihat latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk lebih lanjut meneliti dan mengambil judul “ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Tiwul Ayu Mbok Sum”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat di identifikasikan permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *produk, price, place, promotion, people, physical evidence, process* terhadap kepuasan pelanggan di Tiwul Ayu Mbok Sum Yogyakarta?

## **C. Batasan Masalah**

Tiwul merupakan salah satu makanan tradisional yang berasal dari Yogyakarta, tentunya dalam meningkatkan penjualan dibutuhkan peran bauran

pemasaran yang sesuai yaitu *product, price place, promotion, people, pysical evidence, process* untuk itu penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran yang dilakukan Tiwul Ayu Mbok Sum di Mangunan dalam melakukan penelitian tersebut akan terlihat apakah bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan yang ingin penulis capai, yaitu sebagai berikut : Mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *produk, price, place, promotion, people, pysical evidence, process* terhadap kepuasan pelanggan di Tiwul Ayu Mbok Sum Yogyakarta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan diantaranya :

1. Manfaat bagi penulis

Laporan penelitian ini diharapkan menjadi tambahan ilmu dan pengalaman penulis sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai bekal untuk masa depan penulis dibidang pemasaran produk.

2. Manfaat bagi mahasiswa STP AMPTA Yogyakarta

Laporan penelitian ini diharapkan menjadi refrensi atau bahan bacaan tentang Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix*.

3. Manfaat bagi Tiwul Ayu Mbok Sum Yogyakarta

Laporan penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi pihak pengelola Tiwul Ayu Mbok Sum.