

**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* (7P) TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN PEMAKAIAN ULANG
DENGAN *TOOL* SEM
(Studi Kasus: Pengguna Layanan Motor Indrive)**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
IHDINASSAYYIDA ELIZA
21032010199

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* (7P) TERHADAP KEPUASAN

PELANGGAN DAN PEMAKAIAN ULANG DENGAN *TOOL SEM*

(Studi Kasus: Pengguna Layanan Motor Indrive)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknik Industri



Diajukan Oleh:

IHDINASSAYYIDA ELIZA

NPM.21032010199

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

SURABAYA

2025

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* (7P) TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN PEMAKAIAN ULANG DENGAN *TOOL SEM*
(Studi Kasus: Pengguna Layanan Motor Indrive)**

Disusun Oleh:

IHDINASSAYYIDA ELIZA

21032010199

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh

Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3

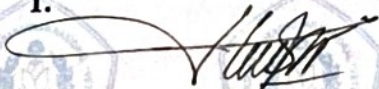
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik dan Sains

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Surabaya

Pada Tanggal : 05 Mei 2025

Tim Penguji :

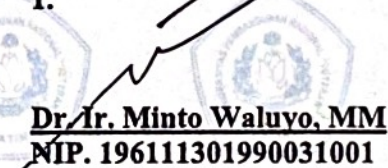
1.



Ir. Moch. Tutuk Safirin, MT
NIP. 196304061989031001

Pembimbing :

1.



Dr. Ir. Minto Waluyo, MM
NIP. 196111301990031001

2.



Rizqi Novita Sari, S.ST., MT.
NIP. 21219921121289

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik dan Sains

**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Surabaya**



Prof. Dr. Dra. Jariyah, M.P
NIP. 19650403 199103 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI



Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Telp. (031) 8706369 (Hunting). Fax. (031) 8706372 Surabaya 60294

KETERANGAN REVISI

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ihdinassayyida Eliza

NPM : 21032010199

Program Studi : ~~Teknik Kimia~~ / Teknik Industri / ~~Teknologi Pangan~~ /
Teknik Lingkungan / Teknik Sipil

Telah telah mengerjakan revisi / ~~tidak ada revisi~~ *) ~~PRA-RENCANA (DESAIN)~~ /
~~SKRIPSI / TUGAS AKHIR~~ Ujian Lisan Periode Mei, TA 2024/2025.

Dengan judul : **ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* (7P) TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN PEMAKAIAN ULANG
DENGAN *TOOL* SEM (Studi Kasus: Pengguna Layanan Motor
Indrive)**

Dosen yang memerintahkan revisi

1. Dr. Ir. Minto Waluyo, MM
2. Ir. Moch. Tutuk Safirin, MT
3. Rizqi Novita Sari, S.ST., MT

Surabaya, 05 Mei 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. Ir. Minto Waluyo, MM

NIP. 196111301990031001

Catatan: *) coret yang tidak perlu



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ihdinassayyida Eliza
NPM : 21032010199
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Sains

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 Mei 2025
Yang Membuat Pernyataan



Ihdinassayyida Eliza
NPM. 21032010199

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Marketing Mix* (7P) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Pemakaian Ulang Dengan *Tool* SEM”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Sains. Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Jariyah, M.P., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Sains UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Rusindiyanto, M.T, selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Ir. Minto Waluyo, M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas kesabaran dalam membantu dan memberikan saran serta masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
5. Para dosen penguji dan seluruh dosen Teknik Industri, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta masukan berharga dalam penelitian ini.
6. Kedua orang tua serta saudara-saudara saya, Mas Fiqih, Mbak Nisa, dan Mbak Febi yang senantiasa mendoakan, mendukung, memberikan motivasi, dan memberi semangat tanpa henti.

7. Sahabat dan teman-teman saya semasa SMP, SMA, dan Kuliah, yang selalu memberi doa, dukungan, semangat, motivasi, nasehat, dan bantuan selama perkuliahan serta penyusunan tugas akhir ini.
8. Seluruh teman mahasiswa Teknik Industri UPN “Veteran” Jawa Timur, yang telah menjadi teman seperjuangan dalam perjalanan akademik ini.
9. Serta seluruh pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam pembuatan atau penyelesaian tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
10. Dan yang terakhir terima kasih kepada diri saya sendiri sudah berjuang dengan berbagai kendala dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan dan keterbatasan. Oleh sebab itu, penulis sangat menghargai setiap kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Sebagai akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam berbagai bentuk. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk, dan keberkahan-Nya kepada seluruh pihak yang telah membantu dengan penuh ketulusan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Surabaya, 22 April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Asumsi – Asumsi	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Sistematika Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Industri Jasa Transportasi	10
2.2 Pemasaran	11
2.2.1. Konsep Strategi Pemasaran.....	12
2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	13
2.3.1. <i>Product</i> (Produk).....	14
2.3.2. <i>Price</i> (Harga)	15
2.3.3. <i>Place</i> (Tempat atau Saluran Distribusi)	17
2.3.4. <i>Promotion</i> (Promosi).....	18
2.3.5. <i>Process</i> (Proses).....	20
2.3.6. <i>People</i> (Orang).....	21
2.3.7. <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	23
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.1. Indikator Kepuasan Pelanggan	26

2.5	Pemakaian Ulang	27
2.5.1	Indikator Pemakaian Ulang.....	28
2.6	Hubungan Antar Variabel	28
2.6.1	Hubungan <i>Product</i> (Produk) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.6.2	Hubungan <i>Price</i> (Harga) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.6.3	Hubungan <i>Place</i> (Tempat) Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.6.4	Hubungan <i>Promotion</i> (Promosi) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.6.5	Hubungan <i>People</i> (Orang) Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.6.6	Hubungan <i>Process</i> (Proses) Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.6.7	Hubungan <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik) Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.6.8	Hubungan <i>Product</i> (Produk) Terhadap Pemakaian Ulang.....	31
2.6.9	Hubungan <i>Price</i> (Harga) Terhadap Pemakaian Ulang.....	31
2.6.10	Hubungan <i>Place</i> (Tempat) Terhadap Pemakaian Ulang	31
2.6.11	Hubungan <i>Promotion</i> (Promosi) Terhadap Pemakaian Ulang.....	32
2.6.12	Hubungan <i>People</i> (Orang) Terhadap Pemakaian Ulang	32
2.6.13	Hubungan <i>Process</i> (Proses) Terhadap Pemakaian Ulang	32
2.6.14	Hubungan <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik) Terhadap Pemakaian Ulang.....	33
2.6.15	Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pemakaian Ulang	33
2.7	Populasi dan Sampel.....	33
2.7.1	Populasi.....	33
2.7.2	Sampel.....	34
2.8	Metode <i>Sampling</i>	35
2.9	Uji Validitas dan Relibilitas	38
2.9.1	Uji Validitas	38
2.9.2	Uji Reliabilitas	40
2.10	Uji Signifikansi.....	41
2.11	Uji Sobel.....	42
2.12	Kuisisioner.....	43
2.13	AMOS.....	44
2.14	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	44

2.14.1	Manfaat dan Keunggulan SEM.....	45
2.14.2	Kelemahan SEM	46
2.14.3	Variabel dalam SEM	47
2.14.4	Konvensi SEM.....	48
2.14.5	Langkah SEM	50
2.15	Hipotesis Penelitian	56
2.16	Penelitian Terdahulu	60
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		64
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	64
3.2	Identifikasi dan Definisi Variabel Operasional	64
3.2.1	Identifikasi Variabel	64
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	65
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.4	Langkah-Langkah Pemecahan Masalah	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		78
4.1	Pembuatan <i>Path Diagram</i>	78
4.2	Penyusunan Kuisioner	79
4.3	Penyebaran Kuisioner	79
4.4	Pengumpulan Data Indrive	80
4.4.1	Distribusi Frekuensi	80
4.5	Pengolahan Data Kuisioner Layanan Indrive	81
4.5.1	Uji Kecukupan Data.....	81
4.5.2	Memilih Matriks dan Estimasi SEM.....	82
4.6	Konversi <i>Path Diagram</i>	83
4.6.1	Persamaan Pengukuran <i>Measurement Model</i> pada Indrive Motor	83
4.6.2	Persamaan Pengukuran <i>Structural Model</i> pada Indrive Motor.....	94
4.6.3	Modifikasi Model Pada Indrive Motor	98
4.7	Persamaan Simultan Pada Indrive Motor	103
4.8	Uji Mediasi Layanan Indrive Motor	104
4.8.1	Variabel <i>Product</i> (X_1) Terhadap Pemakaian Ulang yang Diintervensi Kepuasan Pelanggan	104

4.8.2	Variabel <i>Price</i> (X2) Terhadap Pemakaian Ulang yang Diintervensi Kepuasan Pelanggan	105
4.8.4	Variabel <i>People</i> (X5) Terhadap Pemakaian Ulang yang Diintervensi Kepuasan Pelanggan	106
4.8.5	Variabel <i>Process</i> (X6) Terhadap Pemakaian Ulang yang Diintervensi Kepuasan Pelanggan	107
4.8.6	Variabel <i>Physical Evidence</i> (X7) Terhadap Pemakaian Ulang yang Diintervensi Kepuasan Pelanggan	108
4.9	Uji Hipotesis Layanan Indrive Motor.....	109
4.10	Pembahasan	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		142
5.1	Kesimpulan.....	142
5.2	Saran	143
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Identifikasi Permasalahan Indrive	3
Tabel 2. 1 Penentuan Ukuran Sampel	52
Tabel 2. 2 <i>Goodness of Fit Indices</i>	55
Tabel 3. 1 Identifikasi Variabel dan Indikator	69
Tabel 4.1 Rentang dan Indikator	81
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Tiap Indikator.....	81
Tabel 4.3 Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i>	83
Tabel 4.4 <i>Estimate Standardize Regression Weight</i>	85
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 4.6 Uji Korelasi	87
Tabel 4.7 Uji Kesesuaian Model <i>Goodness of Fit</i> Setelah X4 Dikeluarkan	89
Tabel 4.8 <i>Estimate Standardize Regression Weight</i> Setelah X4 Dikeluarkan	90
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Setelah X4 Dikeluarkan	92
Tabel 4.10 Uji Korelasi Setelah X4 Dikeluarkan.....	92
Tabel 4.11 Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i>	94
Tabel 4.12 <i>Covariances</i>	95
Tabel 4.13 Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i> Modifikasi Model.....	98
Tabel 4.14 <i>Estimate Standardized Regression Weight</i>	99
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Grafik Kepuasan Pelanggan Layanan Ojek <i>Online</i>	2
Gambar 1. 3 Ulasan Penggun Indrive	3
Gambar 1. 4 Kerangka Konseptual Penelitian	5
Gambar 3.1 Model Penelitian	70
Gambar 3. 2 Langkah-Langkah Pemecahan Masalah.....	73
Gambar 4. 1 Model Hubungan 7P terhadap Pemakaian Ulang yang di Intervensi oleh Kepuasan Pelanggan pada Layanan Indrive Motor.....	78
Gambar 4.2 Pemilihan Matriks dan Estimasi pada AMOS 23	82
Gambar 4. 3 <i>Measurement</i> Model Analisis 7P terhadap Pemakaian Ulang yang di Intervensi oleh Kepuasan Pelanggan pada Layanan Indrive Motor.....	84
Gambar 4. 4 <i>Measurement</i> Model 7P terhadap Pemakaian Ulang yang di Intervensi oleh Kepuasan Pelanggan pada Layanan Indrive Motor Setelah X4 Dikeluarkan	90
Gambar 4. 5 <i>Structural</i> Model 7P terhadap Pemakaian Ulang yang di Intervensi oleh Kepuasan Pelanggan pada Layanan Indrive Motor.....	95
Gambar 4. 6 <i>Modification</i> Model 7P terhadap Pemakaian Ulang yang di Intervensi oleh Kepuasan Pelanggan pada Layanan Indrive Motor.....	99

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh *Marketing Mix 7P* terhadap kepuasan pelanggan dan pemakaian ulang dengan *Tool SEM* pada studi kasus pengguna layanan motor Indrive. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan survei melalui media sosial terhadap 120 responden dan analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) AMOS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Product* (X1), *Price* (X2), *Place* (X3), *People* (X5), *Process* (X6), dan *Physical Evidence* (X7) layanan Indrive Motor berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (M). Serta *Product* (X1), *Place* (X2), *Place* (X3), *People* (X5), *Process* (X6), dan *Physical Evidence* (X7) pada layanan Indrive motor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemakaian ulang (Y). Hal tersebut dikarenakan hasil pengujian menunjukkan nilai $CR > T\text{-hitung}$. *Promotion* (X4) dikeluarkan karena terjadi multikolinieritas. Dengan demikian, meskipun terdapat elemen 7P yang tidak menunjukkan multikolinieritas, kepuasan pelanggan tetap berperan krusial dalam meningkatkan pemakaian ulang.

Kata kunci: Bauran Pemasaran 7P, Kepuasan Pelanggan, Pemakaian Ulang, SEM

ABSTRACT

This study aims to evaluate the effect of the 7P Marketing Mix on customer satisfaction and reuse with the SEM Tool in a case study of Indrive motorcycle service users. The method used is quantitative with a survey via social media of 120 respondents and analysis using Structural Equation Modeling (SEM) AMOS. The results of the study indicate that Product (X1), Price (X2), Place (X3), People (X5), Process (X6), and Physical Evidence (X7) of Indrive Motor services have a positive and significant effect on customer satisfaction (M). As well as Product (X1), Place (X2), Place (X3), People (X5), Process (X6), and Physical Evidence (X7) on Indrive motor services have a positive and significant effect on reuse (Y). This is because the test results show the $CR > T$ - value. Promotion (X4) was excluded because of multicollinearity. Thus, even though there are 7P elements that do not show multicollinearity, customer satisfaction still plays a crucial role in increasing reuse.

Keywords: 7P Marketing Mix, Customer Satisfaction, Reuse, SEM