

PENGARUH LINGKUNGAN PEMASARAN TERHADAP
KINERJA PEMASARAN MELALUI STRATEGI
PEMASARAN PADA USAHA JASA *LAUNDRY* DI
SURABAYA

Skripsi S-1



OLEH

ROBBY SUCITRO

3103009065

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH LINGKUNGAN PEMASARAN TERHADAP KINERJA
PEMASARAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA
JASA *LAUNDRY* DI SURABAYA

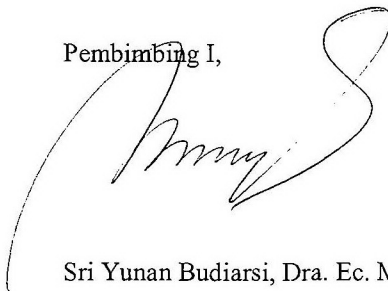
Oleh:

ROBBY SUCITRO

3103009065

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Pada Ujian Sidang Akhir

Pembimbing I,



Sri Yunan Budiarsi, Dra. Ec. MS

Tanggal:.....

Pembimbing II,



Dra, Ec.Ani Suhartatik,MM

Tanggal:.....

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Robby Sucitro NRP: 3103009065

Telah diuji pada tanggal 27 Juli 2013 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Sri Yunan Budiarsi, Dra. Ec. MS

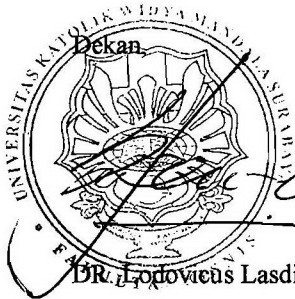
Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Herlina Yoka Roida M. Com., SE

NIK. 311.99.0362



Dekan

Dr. Ludovicus Lasdi, SE., MM

NIK. 321.99.0370

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ROBBY SUCITRO

NRP : 3103009065

Judul : Pengaruh Lingkungan Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran melalui Strategi Pemasaran pada Usaha Jasa *Laundry* di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di Internet atau Media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,
Yang Menyatakan,



(ROBBY SUCITRO)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugerah, penyertaan dan kasih karunianya-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh lingkungan pemasaran terhadap kinerja pemasaran melalui strategi pemasaran sebagai variabel mediasi pada usaha jasa *laundry* di Surabaya” dapat terselesaikan dengan baik. Adapun tujuan dari penulis skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr Lodovisus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Anastasia Septawulandari H., SE., M.Si. selaku Wakil Dekan II yang selalu memberikan pencerahan dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Sri Yunan Budiarsi, Dra. Ec. MS selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta banyak memberikan masukan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.
4. Dra, Ec. Ani Suhartatik, MM selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta banyak memberikan masukan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Ibu Christina Esti Susanti,MM., CPM(AP) Selaaku dosen-dosen Rumpun Pemasaran Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
6. Bapak Ibu dosen dan seluruh staff pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
7. Seluruh staff tata usaha fakultas bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Staf perpustakaan yang telah membantu selama proses perkuliahan dan kelancaran pengajuan skripsi ini.
8. Papa Yuki Sucitro dan Mama Wiwie Surya Bienarto yang sudah bekerja keras mencari uang buat kuliah saya dan selalu memeberikan semangat, perhatian, kasih sayang hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kakak: Cindy Sucitro, Shanty Sucitro, Merry Sucitro, Fanny Sucitro dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa semangat dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-Sahabat penulis yang tergabung dalam KPK Comunity Fenny Felicia Lumintang,SE, Lanny Indriana Wiyono, Christian Hadi Wijoyo, Tutik Haryanti, Wijoyo Sutejo, Winda lisanthi, Jeffry Wihartono, dan Christian Sentoso Jap yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
11. Crew Universal Event Organizer yang selalu memberikan dukungan untuk meneyelesaikan skripsi ini.
12. Semua adik-adik kelas yang telah memebrikan semangat dan dukungan kepada penulis.

13. Semua teman-teman kosentrasi pemasaran yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis secara jujur tidak mengakui tidak dapat membalas kebaikan-kebaikan semua pihak yang telah disebutkan diatas. Kiranya Tuhan Yang Maha Kuasa memeberikan dan membalas semua amal baik dari pihak yang telash membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna terbatasnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik membangun dari berbagai pihak akan sangat membantu penulis untuk memperbaiki penulisan-penulisan berikutnya.akhir kata, besar harapan penulis kiranya hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan serta dapat menjadi masukan bagi penelitian berikutnya.

Surabaya, Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	01
1.1. Latar Belakang Masalah	01
1.2. Rumusan Masalah	03
1.3. Tujuan Penelitian	04
1.4. Manfaat Penelitian	04
1.5. Sistematika Skripsi	05
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	06
2.1. Penelitian Terdahulu	06
2.2. Landasan Teori	06
2.2.1. Lingkungan Pemasaran.....	08
2.2.2. Strategi Pemasaran.....	12
2.2.3. Kinerja Pemasaran	17

2.2.4.	Hubungan lingkungan pemasaran terhadap Strategi Pemasaran	19
2.2.5.	Hubungan Lingkungan pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran	19
2.2.6.	Hubungan Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran	20
2.2.7.	Hubungan Lingkungan Pemasaran , Strategi pemasaran dan kinerja pemasaran.....	27
2.3.	Model Penelitian	21
2.4.	Hipotesis	22
BAB 3	METODE PENELITIAN	23
3.1.	Desain Penelitian	23
3.2.	Identifikasi Variabel	23
3.3.	Definisi Operasional Variabel	24
3.4.	Jenis Data dan Sumber Data	25
3.4.1.	Jenis Data	25
3.4.2.	Sumber Data	26
3.5.	Skala Pengukuran Variabel	26
3.6.	Populasi, Sampel dan Teknik Analisis Data	26
3.6.1.	Populasi	26
3.6.2.	Sampel	26
3.6.3.	Teknik Analisis Data.....	27
3.6.4.	Uji Normalitas.....	28
3.6.5.	Uji Kecocokan Model.....	28
3.7.	Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.7.1	Uji Validitas	30

3.7.2. Uji Reliabilitas	31
3.8.. Uji Hipotesis	32
BAB 4 HASIL dan PEMBAHASAN	33
4.1. Identifikasi Responden	33
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	37
4.3. Hasil Analisis Data	42
4.3.1. Analisis SEM	43
4.3.2. Uji Normalitas	43
4.3.3. Uji Kecocokan Seluruh Model	45
4.3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.3.4.1. Uji Validitas	46
4.3.4.2. Uji Reliabilitas	47
4.3.5. Persamaan Struktural	50
4.3.6. Uji Hipotesis	52
4.4. Pembahasan	53
4.4.1. Pengaruh Lingkungan Pemasaran terhadap Strategi Pemasaran pada usaha jasa <i>laundry</i> di Surabaya	53
4.4.2. Pengaruh Lingkungan Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada usaha jasa <i>laundry</i> di Surabaya.....	
4.4.3. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada usaha jasa <i>laundry</i> di Surabaya.....	54
4.4.4. Pengaruh Lingkungan pemasaran terhadap kinerja pemasaran melalui strategi pemasaran pada usaha jasa <i>laundry</i>	

di Surabaya	56
BAB 5 SIMPULAN dan SARAN	58
5.1. Simpulan	58
5.2. Saran	59
5.2.1. Saran Akademis	60
5.2.2. Saran Praktis	60
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Tabel Perbandingan Penelitian	07
Tabel 3.1	Tabel <i>Goodness of Fit Indices</i>	30
Tabel 4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Daerah	34
Tabel 4.4	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Status Konsumen	35
Tabel 4.5	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	36
Tabel 4.6	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan lama proses pengerjaanya.....	37
Tabel 4.7	Tabel Kelompok Interval penelitian	38
Tabel 4.8	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Lingkungan Pemasaran	38
Tabel 4.9	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Strategi Pemasaran	40
Tabel 4.10	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran	48
Tabel 4.11	Tabel <i>Assesment Of Normality</i>	44
Tabel 4.12	Tabel <i>Goodness Of Fit</i>	45
Tabel 4.13	Tabel Validitas.....	46
Tabel 4.14	Tabel <i>Measurement Error</i> dari Lingkungan	

	Pemasaran.....	48
Tabel 4.15	Tabel <i>Measurement Error</i> dari Strategi Pemasaran....	49
Tabel 4.16	Tabel <i>Measurement Error</i> dari Kinerja Pemasaran	50
Tabel 4.17	Tabel <i>Direct Effect, Indirect Effect and Total Effet</i> <i>Variable</i>	51
Tabel 4.14	Tabel Pengujian Hipotesis	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Gambar Model Konseptual 21

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : KUESIONER
- Lampiran 2 : IDENTIFIKASI RESPONDEN
- Lampiran 3 : STATISTIK DESKRIPTIF
- Lampiran 4 : UJI NORMALITAS
- Lampiran 5 : OUTPUT TEKS
- Lampiran 6 : PATH DIAGRAM

**EFFECT ON THE ENVIRONMENT *PERFORMANCE THROUGH*
MARKETING STRATEGY IN THE LAUNDRY SERVICE IN
SURABAYA**

Robby Sucitro
E-mail: Universal_eo@yahoo.com

ABSTRACT

Laundry business development at this time is very fast. The owner laundry services founded their business in a variety of areas, both residential as well as around it. Good assortment of customers in the high and low levels. The benefits of this laundry services not only the owner but also useful laundry services to consumers. More precisely the mother-housewife who became lighter in housework. The purpose of this study was to determine the effect of the marketing environment on marketing performance through marketing strategies on laundry services business in Surabaya.

The Techniques used in the sampling in this study was purposive sampling, Meanwhile, the analytical techniques used in this research is the method of Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL 8.70 program. Respondents are drawn from an owner laundry services in Surabaya.

Results of this study indicate that there are significant positive environmental impact of marketing on performance marketing through marketing strategies on laundry services business in Surabaya.

Keywords: Marketing Environment, Marketing Strategy, Performance Marketing

PENGARUH LINGKUNGAN TERHADAP KINERJA MELALUI STRATEGI PEMASARAN PADA JASA LAUNDRY DI SURABAYA

Robby Sucitro
E-mail: Universal_eo@yahoo.com

ABSTRAK

Perkembangan bisnis *laundry* saat ini sangat pesat. Para pemilik jasa *laundry* mendirikan usahanya di berbagai daerah, baik perumahan maupun disekitarnya. Pelanggan bermacam- macam baik kalangan di tingkatan tinggi maupun rendah. Keuntungan yang di dapat dari jasa *laundry* ini bukan hanya pada pemilik jasa *laundry* namun juga bermanfaat untuk konsumen .Lebih tepatnya para ibu-ibu rumah tangga yang menjadi ringan dalam pekerjaan rumah tangganya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lingkungan pemasaran terhadap kinerja pemasaran melalui strategi pemasaran pada usaha jasa *laundry* di Surabaya.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, Sedangkan, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode sem LISREL 8.70. Responden yang diambil berasal dari pemilik jasa *laundry* di Surabaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif pengaruh lingkungan pemasaran terhadap kinerja pemasaran melalui strategi pemasaran pada usaha jasa *laundry* di Surabaya.

Kata Kunci: Lingkungan Pemasaran, Strategi Pemasaran, Kinerja Pemasaran