

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PERUMAHAN SUBSIDI IRONWOOD**

SKRIPSI

Oleh:

FRISNA KRISTIANI DAMANIK

NPM: 2202020044



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS QUALITY**

MEDAN

2026

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PERUMAHAN SUBSIDI IRONWOOD**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Tugas – Tugas dan Memenuhi
Syarat – Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada
Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality

Oleh:

FRISNA KRISTIANI DAMANIK

NPM: 2202020044



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS QUALITY**

MEDAN

2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Frisna Kristiani Damanik

NPM : 2202020044

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Sosial dan Hukum Universitas Quality

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Subsidi Ironwood”** merupakan asli hasil karya penelitian, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh penelitian lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya tulis lain dan atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka peneliti bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan skripsi dan pencabutan gelar yang peneliti peroleh sebagai hasil ujian akhir studi atas skripsi ini.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat sebagai pertanggung jawaban ilmiah tanpa adanya unsur paksaan maupun tekanan dari pihak manapun juga.

Medan, Maret

2026 Yang Menyatakan



Frisna Kristiani Damanik

NPM : 2202020044

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh marketing mix terhadap kepuasan konsumen pada perumahan subsidi ironwood
Nama : FRISNA KRISTIANI DAMANIK
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : SOSIAL DAN HUKUM

Medan, 10 March 2026

Menyetujui
Tim Pembimbing

Pembimbing Utama



Maria Kristina Situmorang SE.,M.Si
NIP.0107018804

Pembimbing Pendamping



Conie Nopinda Br Sitepu, SE.,M.Si
NIP.0112049001

Ketua Program Studi
Universitas Quality



Rikawati Ginting Munthe SE.,M.Si
NIP.0114028003

Dekan Soshum
Universitas Quality



Vina Maria Ompusunggu S.Sos., MSP
NIP.0107038901

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Subsidi Ironwood”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak dan Ibu dosen serta semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Dedi Holden Simbolon, S.Si., M.Pd Selaku Rektor Universitas Quality.
2. Ibu Rita Herlina Br Perangin-angin, S.Pd., M.Pd Selaku Wakil Rektor Universitas Quality.
3. Ibu Vina Maria Ompusunggu, S.Sos., M.Sp Selaku Dekan Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.
4. Ibu Rikawati Ginting Munthe S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.
5. Ibu Maria Kristina Situmorang, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk memberi bimbingan, arahan, perhatian serta masukan yang sangat berguna kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
6. Ibu Conie Nopinda Br Sitepu, S.E., M.Si Selaku dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan tenaga serta bimbingan, perhatian dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga tersusun dengan baik dan benar.

7. Bapak dan Ibu dosen/staff pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Quality.
8. Teristimewa kepada orang tua penulis, Bapak St Jasiman Damanik, dengan penuh hormat dan kasih sayang, penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam atas doa, dukungan, nasihat, serta pengorbanan materi dan tenaga yang tiada henti. Kasih sayang dan kesabaran Bapak menjadi sumber kekuatan yang tak tergantikan dalam setiap langkah penulis. Untuk almarhumah ibu tercinta, Hotmawati Purba S.Pd, penulis mengucapkan rasa terima kasih atas cinta, kasih sayang, dan doa yang selalu menyertai setiap perjalanan hidup penulis. Walau ibu tiada, kehangatan dan pengorbanan ibu tetap hidup abadi dalam hati penulis. Cinta dan pengorbanan ibu senantiasa menjadi inspirasi dan kekuatan dalam menjalani hidup penulis.
9. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada saudara perempuan terkasih, Friska Dewi Damanik, atas dukungan, pengorbanan, kasih sayang, serta motivasi yang tulus selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis sangat menghargai segala perjuangan dan pengorbanan yang telah diberikan, termasuk pengorbanan merantau jauh demi membantu biaya pendidikan, yang menjadi sumber kekuatan dan semangat bagi penulis untuk menyelesaikan studi dengan baik.
10. Kakak pertama penulis Fitri Hotmartini Damanik serta adik bungsu penulis Febri Elian Tuah Damanik yang tercinta, terimakasih atas dukungan dan kasih sayang yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah penulis.
11. Sahabat terbaik penulis, Nani Patrisia Nababan, Lena Serasianta br Gurusinga, dan Desi Kumala Sari Tarigan, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu kalian berikan. Kalian bukan hanya teman, tapi juga sumber motivasi dan kekuatan yang menginspirasi penulis untuk terus maju dan berjuang.

12. Keluarga besar Resimen Mahasiswa Universitas Quality dan Nbp 23 yang telah menyemangati, mendoakan serta memberi dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.
13. Sahabat Five Girls penulis, Jein Dianova Purba, Ade Nanda Damanik, Elfa Kristin Sinaga, Rayani Damanik penulis mengucapkan terimakasih atas dukungan, doa serta motivasi yang senantiasa menguatkan penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu, memotivasi penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menambah wawasan untuk membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Medan, Januari 2026

Penulis,

Frisna Kristiani Damanik

NPM: 220202004

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Masalah	7
1.6 Manfaat Masalah	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kerangka Teoritis.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Jenis Jenis Pemasaran	10
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Elemen Bauran Pemasaran.....	11
2.1.5 Indikator <i>Marketing Mix</i>	13
2.2 Kepuasan konsumen.....	13
2.2.1 Elemen – Elemen Kepuasan Konsumen	14
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	15
2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen	16
2.2.4 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu	18
2.4 Kerangka Berpikir.....	21
2.5 Defenisi Operasional.....	22
2.6 Hipotesis Penelitian.....	23

BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Tempat dan Waktu	25
3.1.1 Tempat.....	25
3.1.2 Waktu	25
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Jenis Penelitian.....	27
3.4 Instrumen Penelitian.....	27
3.5 Analisis Data	28
3.5.1 Uji Validitas	28
3.5.2 Uji Reliabilitas	28
3.5.3 Uji Normalitas.....	29
3.5.4 Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.5.5 Uji Linearitas.....	29
3.6 Analisis Regresi Sederhana.....	30
3.7 Uji Hipotesis	30
3.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	30
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Profil Perusahaan PT Sinery Membangun Peradaban	32
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT Sinergy Membangun Peradaban	32
4.1.1.1 Sejarah Perumahan Subsidi Ironwood	33
4.1.1.2 Karakteristik Perumahan Subsidi Ironwood	33
4.1.1.2.1 Fasilitas Perumahan Subsidi Ironwood.....	33
4.1.1.2.2 Ukuran Perumahan Subsidi Ironwood	34
4.1.1.2.3 Syarat dan Data Untuk Pembelian Perumahan Subsidi Ironwood...35	
4.1.3 Hasil Penelitian	36
4.1.3.1 Analisis Deskriptif Responden.....	36
4.1.3.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.1.3.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	36

4.1.3.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.1.3.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	38
4.1.3.2.1 Deskripsi Variabel <i>Marketing Mix</i> (X)	38
4.1.3.2.2 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	41
4.1.3.3 Hasil Analisis Data.....	45
4.1.3.3.1 Uji Validitas	45
4.1.3.3.2 Uji Reliabilitas	47
4.1.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.1.3.4.1 Uji Normalitas.....	48
4.1.3.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.1.3.4.3 Uji Linearitas.....	50
4.1.3.4.4 Uji Parsial (Uji t).....	51
4.1.3.4.5 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	52
4.1.3.5 Analisis Regresi Sederhana.....	52
4.1.3.6 Pembahasan.....	54
4.1.3.6.1 Pengaruh Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Subsidi Ironwood.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
Lampiran	62

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Defenisi Operasional.....	22
3.1 Rencana dan Waktu Peneltian.....	25
3.2 Konsumen Perumahan Subsidi Ironwood.....	26
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
4.4 Hasil Jawaban Responden <i>Marketing Mix</i> (X)	37
4.5 Hasil Jawaban Responden Kepuasan Konsumen (Y)	40
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Marketing Mix</i> (X).....	46
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan konsumen (Y)	46
4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Marketing Mix</i> (X).....	47
4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	47
4.10 Hasil Uji Linearitas (Anova Table).....	50
4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)	51
4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi R2	52
4.13 Analisis Regresi Sederhana.....	53

DAFTAR GAMBAR

2.1 indikator <i>Marketing Mix</i>	13
2.2 Indikator Kepuasan Konsumen	17
2.3 Kerangka Berpikir	21
4.1 Bagan Struktur <i>Management Organization</i>	32
4.2 Histogram	48
4.3 <i>Normal P-Plot Of Regression Standardized Residual</i>	48
4.4 <i>Scatterplot</i>	49

