

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN LAPIS BOGOR SANGKURIANG  
VARIAN *ORIGINAL EXTRA CHEESE* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN TAHUN 2018  
(Studi kasus: Lapis Bogor Sangkuriang Outlet Jalan Baru Bogor)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya  
Universitas Pakuan**

**Diajukan Oleh :**

**RIRIN FAJRIYANA FIRDAUS**

**044115240**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
MEI 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Ririn Fajriyana Firdaus

NPM : 044115240

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Bogor Sangkuriang  
Varian *Original Extra Cheese* Terhadap Kepuasan Konsumen  
Tahun 2018 (Studi Kasus: Lapis Bogor Sangkuriang Outlet  
Jalan Baru).

REKORD TERIMA	
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA	
UNIVERSITAS PAKUAN DEKUR	
Tgl Terima	: 30 Juli 2019
No. Induk Buku	: 40482/III/FAUB/2019
No Class	: 482 RIR p 2019
Sumber Buku	:

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

## DEWAN PENGUJI

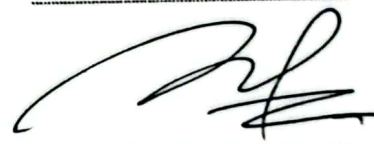
Pembimbing I : Layung Paramesti Martha, M.Si.

NIP : 1. 0616 049 756



Pembimbing II : Ismail Taufik Rusfien, M.Si.

NIP : 1. 1215 047 681



Pembaca : Muslim, M.Si.

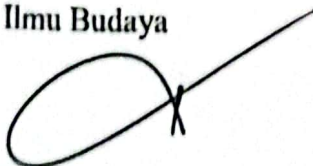
NIP : 1.0909 048 513



Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 11 Mei 2019

Dekan, Fakultas Ilmu Sosial  
Dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum.  
NIP : 1.0536 008 229



Ketua Program Studi,  
Ilmu Komunikasi



Muslim, M.Si.  
NIP : 1.0909 048 513

## ABSTRAK

**RIRIN FAJRIYANA FIRDAUS. 044115240. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Lapis Bogor Sangkuriang Varian *Original Extra Cheese* Terhadap Kepuasan Konsumen Tahun 2018 (Studi Kasus: Lapis Bogor Sangkuriang Outlet Jalan Baru Bogor). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Manajemen Komunikasi., Universitas Pakuan. Di bawah bimbingan: Layung Paramesti Martha, M.Si dan Ismail Taufik Rusfien, M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran Lapis Bogor Sangkuriang Varian *Original Extra Cheese* Terhadap Kepuasan Konsumen Tahun 2018 (Studi kasus: Lapis Bogor Sangkuriang Outlet Jalan Baru). Penelitian ini menggunakan satu variabel bebas, yaitu bauran pemasaran. Indikator yang digunakan yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap produk Lapis Bogor Sangkuriang varian *Original Extra Cheese* Outlet Jalan Baru yaitu kualitas pelayanan, kemudahan produk, dan faktor emosional. Penelitian ini dilaksanakan di Lapis Bogor Sangkuriang Outlet Jalan Baru pada bulan Oktober 2018, dengan data yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian Kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 5992 konsumen Lapis Bogor Sangkuriang tahun 2018 dan sampel sebanyak 100 responden dengan pertimbangan konsumen yang membeli varian *Original Extra Cheese*. Teknik Pengelolaan Data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, dan uji hipotesis (Uji T dan Determinasi). Hasil analisis menunjukkan bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Lapis Bogor Sangkuriang varian *Original Extra Cheese* di Jalan Baru.

***Kata Kunci: bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi), kepuasan konsumen.***