

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, Maret 2021

Materai 10.000

**Yusriani**  
**NIM. 171410278**

## ABSTRAK

Nama: **Yusriani**, NIM: **171410237**, Judul Skripsi: **Pengaruh Marketing Mix 4C Terhadap Minat Pelanggan JNE Cabang Mekarsari Pulo Ampel Kabupaten Serang.**

Persaingan bisnis yang semakin ketat di zaman sekarang ini membuat setiap perusahaan diuntut untuk mampu bersaing dan mengatur strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran merupakan salah satu faktor yang terpenting untuk menunjukkan perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa. Oleh karena itu, masyarakat perlu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang. Contohnya adalah perusahaan JNE atau Jasa Nugraha Ekakurir.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang ingin dikaji oleh penulis adalah sebagai berikut: 1. Bagaimana pengaruh *customer* terhadap minat pelanggan? 2. Bagaimana pengaruh *cost* terhadap minat pelanggan? 3. Bagaimana pengaruh *convenience* terhadap minat pelanggan JNE? 4. Bagaimana pengaruh *communication* terhadap minat pelanggan? 5. Bagaimana pengaruh secara simultan *customer*, *cost*, *convenience* dan *communication* terhadap minat?

Penelitian ini memiliki tujuan yang berkaitan dengan rumusan permasalahan, diantaranya sebagai berikut: 1. Untuk mengetahui pengaruh *customer* terhadap minat pelanggan. 2. Untuk mengetahui pengaruh *cost* terhadap minat pelanggan. 3. Untuk mengetahui pengaruh *convenience* terhadap minat pelanggan JNE. 4. Untuk mengetahui pengaruh *communication* terhadap minat pelanggan. 5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *customer*, *cost*, *convenience* dan *communication* terhadap minat.

Penelitian ini menggunakan teknik Accidental Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner dan menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji hipotesis t dan F, uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa marketing mix 4C berpengaruh signifikan terhadap minat pelanggan secara parsial dan simultan. Variabel *customer* berpengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai Sig lebih kecil dari nilai 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Tingkat hubungan antara kedua variabel adalah kuat, dengan nilai persentase hubungan sebesar 37,6%. 2. Variabel *cost* berpengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai Sig lebih kecil dari nilai 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Tingkat hubungan antara kedua variabel adalah kuat, dengan nilai persentase hubungan sebesar 37,4%. 3. Variabel *convenience* berpengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai Sig lebih kecil dari nilai 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Tingkat hubungan antara kedua variabel adalah kuat, dengan persentase hubungan antara variabel sebesar 40,6%. 4. Variabel *communication* berpengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai Sig lebih kecil dari nilai 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Tingkat hubungan antara kedua variabel adalah sedang, dengan persentase hubungan antara variabel sebesar 35,3%. 5. Secara simultan variabel *customer*, *cost*, *convenience* dan *communication* memiliki pengaruh terhadap minat pelanggan. Nilai Sig lebih kecil dari nilai 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Tingkat hubungan antara variabel adalah kuat, dengan persentase hubungan antara variabel sebesar 42,9%..

Katakunci: *Marketing Mix 4C, Minat Pelanggan*



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**“SULTAN MAULANA HASANUDDIN” BANTEN**  
كلية الاقتصاد الإسلامي  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Jend. Sudirman No. 30 Serang 42118 telp. 0254 – 2000323 Fax. 0254-200022

---

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth,
Lampiran	: 1 (satu) Eksemplar	<b>Dekan Fakultas Ekonomi dan</b>
Hal	: Usulan Munaqasah	<b>Bisnis Islam UIN “SMH”</b>
	a.n Yusriani	<b>Banten</b>
	NIM. 171410273	Di-
		Serang

*Assalamu’alaikum Wr. Wb.*

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa telah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **Yusriani, NIM: 171410237 dengan Judul Skripsi “Pengaruh Marketing Mix 4C Terhadap Minat Pelanggan JNE Cabang Mekarsari Pulo Ampel Kabupaten Serang”** diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempati ujian munaqasyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah UIN “Sultan Maulana Hasanuddin” Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu’alaikum Wr. Wb.*

Serang, 24 Juni 2021

Pembimbing I

**Rustamunadi, S.H., M.H**  
NIP. 196709241989031001

Pembimbing II

**Dr. Hanafi, M.Pd., M.A.**  
NIP. 197112041999031002

## LEMBAR PERSETUJUAN

### PENGARUH MARKETING MIX 4C TERHADAP MINAT PELANGGAN JNE CABANG MEKARSARI PULO AMPEL KABUPATEN SERANG

Oleh

**YUSRIANI**  
NIM. 171410273

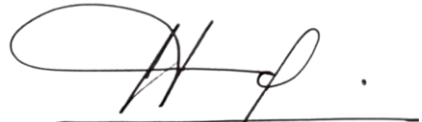
Menyetujui

Pembimbing I



**Rustamunadi, S.H., M.H.**  
NIP. 196709241989031001

Pembimbing II



**Dr. Hanafi, M.Pd., M.A.**  
NIP. 197112041999031002

Mengetahui

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI.**  
NIP. 196402121991032003

Ketua  
Jurusan Ekonomi Syariah



**Hj. Mukhlisotul Jannah, S.E., M.M, M.Ak.**  
NIP. 197408222005012003

## LEMBAR PENGESAHAN

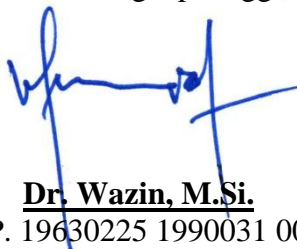
Skripsi a.n. **Yusriani, NIM. 171410273** yang berjudul “**Pengaruh Marketing Mix 4C Terhadap Minat Pelanggan JNE Cabang Mekarsari Pulo Ampel Kabupaten Serang**” telah diajukan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal Rabu 13 Oktober 2021.

Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 13 Oktober 2021

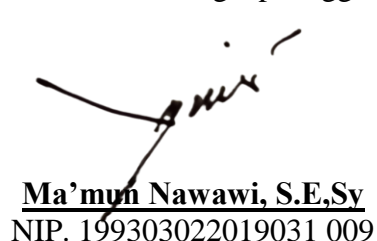
### Sidang Munaqasah

Ketua Merangkap Anggota



**Dr. Wazin, M.Si.**  
NIP. 19630225 1990031 005


Sekretaris Merangkap Anggota



**Ma'mun Nawawi, S.E., Sy.**  
NIP. 199303022019031 009


### Angota-Anggota

Penguji I



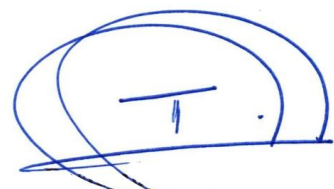
**Hj. Mukhlisotul Jannah, S.E., M.M, M.Ak.**  
NIP. 197408222005012003

Penguji II




**Mochamad Indrajit Roy, M.M.**  
NIP. 19801129 2015031 001

Pembimbing I



**Rustamunadi, S.H, M.H.**  
NIP. 196709241989031001

Pembimbing II



**Dr. Hanafi, M.Pd., M.A.**  
NIP. 197112041999031002

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran untukku dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta baginda Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi panutan bagi hamba dalam mengaplikasikan kehidupan sehari-hari. Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi.

Terimakasih yang teramat dalam kepada Bapak tercinta Sukardi dan Ibu tercinta Alfiyah dengan penuh kasih sayang. Terimakasih atas segala doa, kasih sayang dan motivasi yang telah diberikan kepada anakmu ini, terimakasih atas segala nasehat yang kau berikan tanpa lelah, menjadikan semangat dan inspirasi untuk hidupku sehingga aku dapat menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Terimakasih kepada teteh-tetehku Isnawati, Rohayati, Idaiyah, dan Kheriyah yang selalu memberikan motivasi yang menjadikan semangat sampai akhirnya aku bisa menyelesaikan karya tulis ini. Maafkan aku yang masih belum bisa menjadi adik yang baik, tapi aku berharap kalian bisa jauh lebih baik dan dapat menjadi kebanggaan bagi bapak dan mamak. Jangan pernah menyerah untuk mencapai cita-cita.

## **MOTTO**

Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyanyang kepadamu.”(Qs An-Nisa ; 29)

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Yusriani yang lahir di Manunggal Jaya pada tanggal 14 Juli 2000. Penulis merupakan putri kelima dari lima bersaudara, Bapak tercinta bernama Sukardi dan Ibu tercinta Alfiyah yang bertempat di Desa Manunggal Jaya Kec. Rambang Dangku Kab. Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan.

Pendidikan yang telah ditempuh SDN 02 Manunggal Jaya lulus pada Tahun 2010, SMPN 01 Gunung Megang lulus pada Tahun 2013, MA Al-ittifaqiah lulus pada Tahun 2017, kemudian melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.



## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah diberikan. Hanya dengan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga, sahabat dan pengikut sampai akhir zaman.

Dengan pertolongan Allah dan usaha yang sungguh-sungguh penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: Pengaruh Marketing Mix 4C Terhadap Minat Pelanggan JNE Cabang Mekarsari Pulo Ampel Kabupaten Serang.

Penulis telah menyadari bahwa dalam skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, kelemahan dan masih jauh dari kesempurnaan, keterbatasan, pengalaman serta kemampuan penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan berbagai pendapat, saran dan kritik yang bersifat membangun guna mencapai kesempurnaan pada masa yang akan datang.

Dalam kesempatan dan melalui skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, MPd. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar dilingkungan UIN SMH Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah mendorong penyelesaian studi dan skripsi ini.
3. Ibu Mukhlisatul Jannah, M.M, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mendidik, mengarahkan dan memberikan persetujuan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
4. Bapak Rustamunadi, SH., M.H, sebagai pembimbing I, yang telah mengarahkan, mendidik, serta memberikan motivasi dan memberikan saran kepada penulis untuk meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
5. Bapak Dr.Hanafi,M.Pd,M.A, selaku Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan saran kepada penulis dan meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
6. Para Bapak/Ibu Dosen serta staff Akademik dan karyawan Universitas Islam Negeri SMH Banten yang telah ikhlas

memberikan dan mengajari ilmu pengetahuannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.

7. Masyarakat Desa Mekarsari, yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
8. Sahabat-sahabat EKIS se-angkatan terutama EKIS G, terimakasih sahabat atas kebersamaan selama ini, canda, tawa, suka, duka yang telah kita lewati bersama.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Atas segala bantuan yang telah diberikan, penulis berharap semoga Allah SWT membalas dengan pahala yang berlimpah, Aamiin. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi isi maupun metodologi penulisannya. Untuk itu, kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan guna perbaikan selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kitasemua.

Serang, April 2021

Penulis

**Yusriani**  
**171410273**

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTO</b> .....	vii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Perumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Sistematika Penulisan .....	13

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

A. Pengertian Marketing Mix.....	15
B. Tujuan Marketing Mix.....	17
C. Faktor- Faktor Penting Marketing Mix .....	18
1. Product.....	19
2. Price .....	21
3. Place.....	27
4. Promotion .....	29
D. Rancangan Strategi Marketing Mix.....	31
E. Pengertian Minat Pelanggan .....	33
F. Hak Pelanggan .....	35

G. JNE (Jasa Nugraha Ekakurir) .....	36
H. Penelitian Terdahulu.....	38
I. Kerangka Teori dan Konseptual.....	42
J. Hipotesis Penelitian .....	44

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Jenis Penelitian.....	46
B. Data dan Sumber Data.....	47
C. Populasi dan Sampel.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data .....	50
E. Teknik Analisis Data .....	51
1. Uji Instrumen.....	52
a. Uji Validitas.....	52
b. Uji Realibilitas.....	53
2. Uji Asumsi Klasik .....	54
a. Uji iNormalitas .....	54
b. Uji Heteroskedastisitas .....	54
c. Uji Multikolinieritas .....	55
3. Uji Regresi Linear Berganda .....	56
4. Uji Hipotesis.....	57
a. Uji T (Parsial).....	58
b. Uji F (Simultan).....	59
c. Uji Koefisien Korelasi .....	61
d. Uji Koefisien Determinasi .....	62
F. Operasional Variabel Penelitian.....	63

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
B. Hasil Penelitian.....	68
1. Karakteristik Responden.....	68
2. Hasil Kuesioner .....	69
a. Tabulasi Jawaban Responden Variabel X1 .....	69
b. Tabulasi Jawaban Responden Variabel X2 .....	71
c. Tabulasi Jawaban Responden Variabel X3 .....	73
d. Tabulasi Jawaban Responden Variabel X4 .....	75

e. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Y .....	77
C. Data Pengolahan Statistik.....	79
1. Uji Validitas.....	79
2. Uji Reliabilitas.....	84
3. Uji Asumsi Klasik .....	86
a. Uji Normalitas .....	86
b. Uji Heteroskedastisitas .....	88
c. Uji Multikolinieritas .....	89
4. Uji Analisis Regresi Berganda .....	91
5. Uji Hipotesis .....	94
a. Uji T.....	94
b. Uji F.....	97
c. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	99
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	102
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran.....	108

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	43
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas .....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hubungan 4P's dan 4C's .....	19
Tabel 3.1 Skor Jawaban.....	51
Tabel 3.2 Interpretasi Koefesien Korelasi .....	61
Tabel 3.3 Indikator Variabel Penelitian.....	64
Table 4.1 JenisKelaminResponden.....	68
Tabel 4.2 UmurResponden .....	69
Tabel 4.3 Jawaban Responden Pada Variabel X1 .....	69
Tabel 4.4 Jawaban Responden Pada Variabel X2 .....	71
Tabel 4.5 Jawaban Responden Pada Variabel X3 .....	73
Tabel 4.6 Jawaban Responden Pada Variabel X4 .....	75
Tabel 4.7 Jawaban Responden Pada Variabel Y .....	77
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer</i> (X1) .....	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Cost</i> (X2) .....	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Convience</i> (X3) .....	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Communication</i> (X4) .....	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pelanggan (Y).....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	85
Tabel 4.14 Uji Normalitas Data.....	87
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas .....	90
Tabel 4.16 Uji Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4.17 Uji Hipotesis <i>Customer</i> Terhadap Minat Pelanggan .....	94
Tabel 4.18 Uji Hipotesis <i>Cost</i> Terhadap Minat Pelanggan .....	95
Tabel 4.19 Uji Hipotesis <i>Convience</i> Terhadap Minat Pelanggan .....	96
Tabel 4.20 Uji Hipotesis <i>Communication</i> Terhadap Minat Pelanggan .....	96
Tabel 4.21 Uji F Variabel Penelitian Secara Simultan .....	98
Tabel 4.22 Uji Korelasi dan Determinasi Variabel <i>Customer</i> .....	99
Tabel 4.23 Uji Korelasi dan Determinasi Variabel <i>Cost</i> .....	100
Tabel 4.24 Uji Korelasi dan Determinasi Variabel <i>Convience</i> .....	100
Tabel 4.25 Uji Korelasi dan Determinasi Variabel <i>Communication</i> .....	101