

**BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PENGARUHNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus pada DISTRO SEVEN OUTLET Desa Krapyak
Tahunan Jepara)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun Oleh:

IIK NORWIANTO

131110000893

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA

TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus pada DISTRO SEVEN OUTLET Desa Krapyak Tahunan Jepara)

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

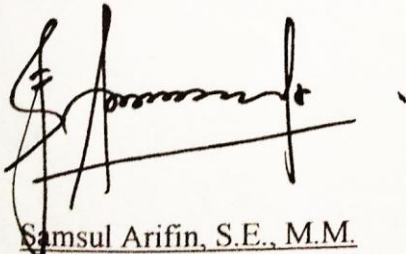
Nama : IIK NORWIANTO

NIM : 131110000893

Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing I



Samsul Arifin, S.E., M.M.

NIY. 1 740719 99 134

Tgl 22-09-2016

Pembimbing II



Bening Kristiyassari, S.E., M.M

NIY. 1 720222 98 022

Tgl 23/9/2016

HALAMAN PENGESAHAN

**BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PENGARUHNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus pada DISTRO SEVEN OUTLET Desa Krapyak Tahunan Jepara)

Nama : IIK NORWIANTO

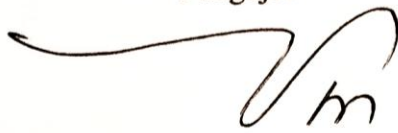
NIM : 131110000893

Program Studi : Manajemen

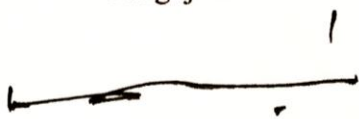
Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara.

Pada hari JUMAT, tanggal 30 September 2016

Penguji I

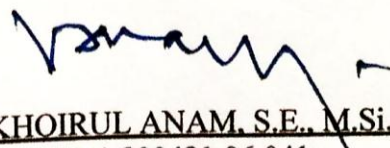

(Noor Arifin, SE, M.Si.)

Penguji II


(Anna Widiastuti, SE, M.Si.)

Mengesahkan

Ketua Program Studi Manajemen


A. KHOIRUL ANAM, S.E., M.Si.
NIY. 1 800421 06 041

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul : **BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
2. Saya juga mengakui bahwa hasil skripsi ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu:
 - a. Samsul Arifin, S.E., M.M
 - b. Bening Kristiyassari, S.E., M.M

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi - sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 22 September 2016



lik Norwianto
13111000089

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Yang terpenting kita tetap berusaha dan yakin terhadap tujuan kita, tak lupa berdoa dan selanjutnya kita serahkan kepada Yang di Atas (ALLAH)”

“Tak perlu putus asa dan tak perlu mengeluh kesah karena ALLAH tidak mengurusimu seorang”

Persembahan :

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Ibu dan Bapak yang telah menjadi motivator terbesar, yang selalu mendoakan dan banyak berkorban untuk ku.
2. Adikku Anang Ardianto dan Ahmad Rizal yang selalu memberi semangat.
3. Seseorang yang selalu memberi dukungan dan yang akan menjadi teman hidupku.

ABSTRAKSI

Saat ini bisnis distro semakin menjamur, karena makin maraknya kebutuhan konsumen akan fashion. Distro Seven Outlet dituntut untuk melakukan berbagai strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen, namun volume penjualan dari distro Seven Outlet tidak mulus dan terjadi fluktuasi. Berbagai strategi pemasaran telah diupayakan oleh pemilik distro Seven Outlet mulai dari menjual produk dengan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang bagus, melakukan strategi promosi, namun masih terjadi fluktuasi. Maka penulis akan menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, tempat, orang, sarana fisik, dan proses terhadap loyalitas pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, tempat, orang, sarana fisik, dan proses terhadap loyalitas pelanggan distro Seven Outlet. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen distro Seven Outlet. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 97 responden dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=0,285+0,176X_1+0,167X_2+0,366X_3+0,240X_4+0,363X_5+0,248X_6+0,359X_7+e$$

Hasil pengujian secara bersama – sama (simultan) menunjukkan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk, harga, promosi, tempat, orang, sarana fisik, dan proses berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan distro Seven Outlet. Berdasarkan pengujian secara parsial dapat diketahui bahwa loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh produk, promosi, tempat, orang, sarana fisik, dan proses. Sedangkan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar sebesar 0,581 menunjukkan bahwa 58,1% variasi Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketujuh variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 41,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Sarana Fisik, Proses, dan Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”. sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ Jepara.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan motivasi serta saran dalam penyampaian skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Sa’dullah Assaidi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ Jepara.
2. Bapak Much Imron, SE.,MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ Jepara.
3. Bapak A. Khoirul Anam, S.E., M.Si.. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Islam Nahdhatul Ulama’ Jepara.
4. Bapak Samsul Arifin, S.E., M.M. selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan perhatian dalam memberikan pengarahan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Ibu Bening Kristiyassari, S.E., M.M selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan perhatian dalam memberikan pengarahan-pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU yang telah memberikan kesempatan, bimbingan serta fasilitas yang diperlukan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

7. Ibu dan Bapak yang telah memberikan dukungannya secara moril dan materiil hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Meila Ajeng Ristyanti. Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, doa, dukungan, semangat, dan motivasi selama ini khususnya selama mengerjakan skripsi.
9. Sahabat – sahabatku dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jepara, September 2016

IIK NORWIANTO

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian pemasaran.....	12
2.1.2 Bauran Pemasaran	13
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	31
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	33
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	38
2.4 Perumusan Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41
3.1.1 Variabel Penelitian	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2 Jenis dan Sumber Data	45
3.2.1 Jenis Data	45
3.2.2 Sumber Data.....	45
3.3 Populasi, Jumlah sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel.....	46
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.4.1 Wawancara	48
3.4.2 Studi Pustaka.....	48
3.4.3 Kuesioner	49
3.5 Metode Pengolahan Data	49
3.5.1 Pengeditan (<i>editing</i>)	49
3.5.2 Pemberian Skor (<i>scoring</i>)	49
3.5.3 Tabulasi (<i>tabuling</i>).....	50
3.6 Metode Analisis Data	50
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	51
3.6.3 Analisis Regresi Berganda	54
3.6.4 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	59
4.2. Deskripsi Responden.....	60
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60

4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usia	61
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	61
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.2.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	63
4.3. Deskripsi Variabel.....	63
4.3.1. Deskripsi Variabel Produk	64
4.3.2. Deskripsi Variabel Harga	65
4.3.3. Deskripsi Variabel Promosi	66
4.3.4. Deskripsi Variabel Tempat	67
4.3.5. Deskripsi Variabel Orang.....	68
4.3.6. Deskripsi Variabel Sarana Fisik.....	70
4.3.7. Deskripsi Variabel Proses	71
4.3.8. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	72
4.4. Analisis Data	74
4.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	74
4.4.2. Uji Asumsi Klasik	76
4.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.4.4. Pengujian Hipotesis.....	82
4.5. Pembahasan.....	92
4.5.1. Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Seven Outlet.....	92
4.5.2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Seven Outlet .	93
4.5.3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Seven Outlet.....	94
4.5.4. Pengaruh Tempat Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Seven Outlet.....	94
4.5.5. Pengaruh Orang Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Seven Outlet .	95
4.5.6. Pengaruh Sarana Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Seven Outlet.....	96

4.5.7. Pengaruh Proses Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Seven Outlet.	97
4.5.8. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Sarana Fisik, dan Proses secara bersama Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Seven Outlet.	98
BAB V PENUTUP.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Distro Seven Outlet Tahun 2015	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2 Usia Responden.....	61
Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Pendidikan	62
Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	62
Tabel 4.5 Jumlah Responden Menurut Pendapatan Per Bulan	63
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk.....	64
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	65
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....	66
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tempat	68
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orang	69
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sarana Fisik	70
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Proses.....	71
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Statistik t.....	83
Tabel 4.19 Hasil Uji Statistik F.....	88
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	38
--	----

Gambar 3.1 Grafik Uji t	56
Gambar 3.2 Grafik Uji F	57
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastistas	80
Gambar 4.3 Hasil Uji t Produk.....	85
Gambar 4.4 Hasil Uji t Harga	85
Gambar 4.5 Hasil Uji t Promosi.....	86
Gambar 4.6 Hasil Uji t Tempat	87
Gambar 4.7 Hasil Uji t Orang	88
Gambar 4.8 Hasil Uji t Sarana Fisik	88
Gambar 4.9 Hasil Uji t Proses.....	89
Gambar 4.10 Hasil Uji F	91

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner	103
LAMPIRAN 2 Tabulasi Hasil Kuisisioner.....	108
LAMPIRAN 3 Identitas Responden	113
LAMPIRAN 4 Frekuensi Hasil Tabulasi Kuesioner	115
LAMPIRAN 5 Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas.....	124
LAMPIRAN 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	132
LAMPIRAN 7 Hasil Uji Regresi	134