

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi pada pelanggan Beras Cap Mangga Hijau di Toko Kurnia Usaha Dampit)

Skripsi
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

YUDAN WIDAYANTO
201110160311047

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2015

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi pada pelanggan Beras Cap Mangga Hijau di Toko Kurnia Usaha Dampit)

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh
YUDAN WIDAYANTO
201110160311047

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2015

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Beras Cap Mangga Hijau di Toko Kurnia Usaha)”**. Tak lupa pula shalawat dan salam penulis tujukan kepada Junjungan Nabi Besar Rasulullah Muhammad SAW yang telah berjuang membawa umat manusia kepada fitrah yang benar dan jalan yang lurus. Penyusunan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Sepanjang penyusunan skripsi ini penulis menyadari dan merasakan bantuan, bimbingan, pengarahan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak ada kata dan ungkapan selain doa semoga Allah SWT membalas budi baik semuanya serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan kepada yang terhormat, yaitu:

1. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengikuti kegiatan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Marsudi, M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang atas kebijakan dalam penyusunan mata kuliah sesuai konsentrasi penjurusan.
3. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si, sebagai Pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan, petunjuk, bimbingan serta koreksi dalam penulisan skripsi ini.

4. Dr. Marsudi, M.M sebagai Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk, bimbingan, serta koreksi dalam penulisan skripsi ini.
5. Dra. Uci Yuliati, M.M sebagai Dosen Wali yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen jurusan manajemen yang berdedikasi untuk mendampingi dan membagikan ilmunya kepada penulis.
7. Ibunda dan Ayahanda terkasih, tersayang dan tercinta yang selalu memberikan limpahan kasih sayang, doa yang tiada henti, masukan dan motivasi yang besar kepada penulis.
8. Chrisna Wahyu Purnama S.E, terima kasih atas semua perhatian, cinta, kasih sayang, dan masukan-masukan yang membuat penulis selalu termotivasi.
9. Teman-teman Manajemen'11 A yang telah menjadi teman belajar dan berbagi ilmu bagi penulis selama di kelas.
10. Teman-teman SMA Ar-Rohmah'11 yang telah menjadi teman dan berbagi doa dan dukungan selama ini.
11. Bapak H. Sulisno, serta rekan rekan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Toko Kurnia Usaha Dampit.
12. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih ada kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga apa yang tertuang dalam penulisan skripsi ini dapat bermanfaat

bagi semua pihak dan semoga Allah SWT selalu member hidayah kepada kita semua. *Amin Ya Robbal 'Alamin.*

Wassalamualaikum Wr.Wb

Malang, 18 Agustus 2015

Penulis,

Yudan Widayanto



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Peneliti Terdahulu	15
B. Landasan Teori.....	19
1. Loyalitas Pelanggan	19
a) Pengertian Loyalitas Konsumen	19
b) Karakteristik Loyalitas Pelanggan	20
c) Faktor-faktor loyalitas konsumen	20

d) Merancang dan menciptakan loyalitas.....	23
2. Kepuasan Pelanggan	24
a) Pengertian Kepuasan Pelanggan	24
b) Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan.....	25
c) Pengertian Harapan Pelanggan	27
d) Pengukuran Kepuasan Pelanggan	27
3. Bauran Pemasaran	29
a) Produk.....	30
b) Harga	33
c) Tempat.....	34
d) Promosi.....	35
C. Kerangka Pikir	37
a) Hubungan bauran pemasaran dengan loyalitas pelanggan	37
b) Hubungan bauran pemasaran dengan kepuasan pelanggan	37
c) Hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan	38
D. Hipotesis Penelitian.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	42
B. Jenis Penelitian.....	42
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	42
D. Populasi dan Sampel.....	49
E. Jenis dan Sumber Data.....	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51

G. Teknik Pengukuran Variabel.	51
H. Pengujian Instrumen Penelitian.	53
I. Uji Hipotesis.	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum perusahaan.....	59
B. Gambaran Karakteristik Responden	59
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
C. Uji instrumen.....	60
1. Uji Validitas.....	62
2. Uji Realibilitas.....	63
D. Uji Asumsi Klasik.....	63
1. Uji Linieritas.....	63
2. Uji Normalitas.....	64
E. Hasil Penelitian.....	66
1. Distribusi Jawaban Responden.	66
F. Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	76
a) Hasil Analisis Uji T.....	76
b) Hasil Analisis Koefisien Jalur.....	78
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	87

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	91
--------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Capaian Penjualan 2013.....	7
Tabel 1.2	Data Capaian Penjualan 2014.....	7
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.	60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan.	61

Tabel 4.3	Uji Validitas instrumen pertanyaan.....	62
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.5	hasil Pengujian Linieritas dengan curve fit.....	64
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Normalitas	66
Tabel 4.7	Distribusi Responden variabel Produk.....	67
Tabel 4.8	Distribusi Responden variabel harga.....	68
Tabel 4.9	Distribusi Responden variabel lokasi.....	70
Tabel 4.10	Distribusi Responden variabel promosi	71
Tabel 4.11	Distribusi Responden variabel kepuasan	73
Tabel 4.12	Distribusi Responden variabel loyalitas pelanggan.....	75
Tabel 4.13	Ringkasan hasil analisis uji T.....	76
Tabel 4.14	Hasil Analisis Jalur X terhadap Y.....	79
Tabel 4.15	Hasil Analisis Jalur X terhadap Z	81
Tabel 4.16	hasil Analisis Jalur Z terhadap Y.....	82
Tabel 4.17	Pengujian Hipotesis.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1	Histogram	65
Gambar 4.3	Normal P-P Plot Variabel X terhadap.....	65
Gambar 4.4	Histogram.....	65
Gambar 4.5	Normal P-P Plot Variabel X terhadap	65
Gambar 4.6	Histogram	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Uji Instrumen Penelitian

Lampiran 3 Analisis jalur

Lampiran 4 Data Penjualan Beras Cap Mangga Hijau Toko Kurnia Usaha Periode 2010-2014



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, MM dan Parvez, N. 2009. Impact of service quality, trust and customer satisfaction on customer loyalty. *ABAC Journal*. Vol 29. No 1.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Cannon, Joseph P, Perreault Jr William D., McCarthy E. Jerome. 2008. *Pemasaran Dasar, Pendekatan Manajerial Global*. Salemba Empat Jakarta.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty*. Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan, Airlangga, Jakarta.
- Herawati, Arvina, Pradhanawati, Ari, dan Dewi Reni Shinta. Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Alfamart di Kecamatan Tembalang Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 2013.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, edisi pertama, cetakan pertama, Alfabeta, Bandung.
- _____. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Milenium, PT. Prehalindo, Jakarta.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Lovelock C, Wirtz J, dan Mussry J. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Edisi 7. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel (Cetakan Kedua)*, Jakarta: PT. SUN
- Nelson and Chan. 2004. Factorial and distrimant analysis of the underpinnings of relationship marketing and customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 23 (7), pp: 542-557.
- Riduwan, dan Engkos Achmad Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta.

Sabar, Rutoto. 2007. Pengantar Metodologi Penelitian, FKIP: Universitas Muria Kudus

Semuel, Hatane. Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Toko Modern dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening (Studi Kasus pada Hypermart Carrefour Surabaya). Universitas Kristen Petra, Surabaya. 2006.

Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 2000. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.

Sugiyono, 2002, Metode Penelitian Bisnis, Bandung: CV. Alfabeta.

_____. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Alfabeta, Bandung.

Suharsaputra, Suhar. 2012. Metodologi Penelitian, Reflika Aditama, Bandung.

Sumarni, Murti dan Soeprihanto, John. 2010. Pengantar Bisnis: Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan, Liberty, Jakarta.

Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Pemuda Rosdakarya, Bandung.

Tjipono, Fandy. 2005. Prinsip-prinsip Total Quality Service, Andi Offset, Yogyakarta.

_____. 2008. Strategi Pemasaran. Andi Offset, Yogyakarta.

_____. 2011. Service, Quality and Satisfaction, Andi Offset, Yogyakarta.

Wicaksana, Dean Vicky. 2007. Pengaruh Bauran pemasaran ritel terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Centro, Kuta-Bali. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Denpasar.

www.marketing.co.id, 2 Januari 2015

Zeithaml, V.A and M.J. Bitner. 2001. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, International Edition, Mc Graw-Hill, United State of America.