

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN “SUSHI TEI” DI MALL KELAPA GADING

JAKARTA UTARA

Disusun Oleh:

Nama: Vicky Adyanthi

NIM: 23090049

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Jurusan Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

September 2014

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



PENGESAHAN

PENGARUH BAHAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN "SUSHI TEI" DI MALL KELAPA GADING

JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh:

Nama: Vicky Adyanthi

NIM: 23090049

Jakarta, 19 Agustus 2014

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

(Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., MM.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2014

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Vicky Adyanthi / 23090049 / 2014 / Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen “Sushi Tei” di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara / Pembimbing: Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., MM

Dengah persaingan usaha yang ketat seperti sekarang, perusahaan harus mampu mempelajari berbagai bauran pemasaran jasa yang mengakibatkan konsumen menjadi loyal terhadap produk/jasa yang ditawarkan. Dalam penelitian ini saya membahas tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen “Sushi Tei” di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara

Penelitian ini menggunakan konsep bauran pemasaran jasa dan loyalitas konsumen, dimana loyalitas konsumen ini ditentukan oleh bagaimana strategi dan penerapan dari bauran pemasaran jasa yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan apakah faktor bauran pemasaran jasa ini berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan dari tujuh variable bauran pemasaran jasa tersebut, manakah yang terbukti berpengaruh terhadap loyalitas konsumennya. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuisioner yang disebarikan kepada 100 responden yang pernah mengunjungi/mengkonsumsi di restoran tersebut.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi menggunakan program SPSS. Dari beberapa hasil analisis yang ada, dapat ditemukan adanya beberapa variabel Bauran Pemasaran Jasa yang terbukti berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan hasil pengolahan data mendapati bahwa Restoran Sushi Tei di Mall kelapa Gading secara parsial dari ketujuh variable Bauran Pemasaran Jasa yang ada, hanya ada dua variable yang terbukti berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen yaitu Harga dan Bukti Fisik.



ABSTRACT

Vicky Adyanthi / 23090049 / 2014 / The Influence Of Marketing Mix On Customer Loyalty at Sushi Tei” at Kelapa Gading Mall, North Jakarta / Advisor: Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., MM

In the middle of tight competition as now, a companies must be able to learn a variety of marketing mix which resulted in consumers become loyal to the products / services offered. The research that I discussed is about The Influence Of Marketing Mix On Customer Loyalty at Sushi Tei” at Kelapa Gading Mall, North Jakarta.

This research uses the concept of the marketing mix and customer loyalty, which is determined by how the strategy and implementation of the marketing mix includes product, price, place, promotion, people, physical evidence and process.

The aim of this study was to determine and explain whether these factors affect the marketing mix and customer loyalty of seven marketing mix variables such services, Which proved to affect the loyalty of consumers. The data used in this study is primary data. Primary data were collected through a questionnaire distributed to 100 respondents who had visited / consumed in the restaurant.

The analytical method used is descriptive and regression analysis using SPSS. From some existing results of the analysis, can be found a few services of marketing mix variables that proved influential on Consumer Loyalty.

Based on the results of data processing found that the restaurant Sushi Tei in Kelapa Gading Mall seventh partial of Services Marketing Mix variables that exist, there are only two variable that proved to be influential on the Consumer Price Loyalty and Physical Evidence.





KATA PENGANTAR

Pada dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat unruk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Pemasaran Institut Kwik Kian Gie School Of Business.

Skripsi ini pun dapat saya selesaikan karena bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., MM, yang telah menjadi dosen pembimbing bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.

2. Segenap dosen program Studi jurusan Manajemen Kwik Kian Gie School Of Business yang telah membagikan ilmu, pengetahuan, dan pengalamannya selama penulis menempuh studi di sini.

3. Para Staf Sekretariat Program Studi jurusan Manajemen Kwik Kian Gie School Of Business.

4. Orang tua penulis, adik dan keluarga semua. Terima kasih untuk dukungan doa, moril dan materil selama penulis menempuh studi ini.

5. Pacar tercinta, Ameng Xander. Semangat dan dukungan serta doa yang diberikan selalu menjadi kekuatan bagi penulis selama masa-masa studi hingga perampungan skripsi ini.

6. Teman-teman terdekat penulis terutama teman seperjuangan penulis, Raysa, Ellvinna, Elvanni, Meiliana, Apri, Ursula, dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Terima kasih atas semngat dan dukungannya selama penulis menyusun skripsi ini.

DAFTAR ISI

Astrak.....	iii
Abstract.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A Latar Belakang Masalah.....	3
B Identifikasi Masalah.....	3
C Batasan Masalah.....	3
D Rumusan Masalah.....	4
E Batasan Penelitian.....	4
F Tujuan Penelitian.....	4
G Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
A Pengertian Jasa.....	7
1. Karakteristik Jasa.....	7
2. Kategori-kategori Bauran Jasa.....	9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.





B

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

C Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Strategi Pemasaran Jasa.....	10
B Bauran Pemasaran Jasa.....	12
1. Definisi Bauran Pemasaran.....	13
Loyalitas Konsumen.....	16
1. Definisi Loyalitas Konsumen.....	16
2. Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	17
3. Empat (4) jenis Loyalitas.....	17
4. Pengukuran Loyalitas.....	19
Restoran.....	20
Kerangka Pemikiran.....	21
Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A Objek Penelitian.....	26
B Desain Penelitian.....	26
C Variabel Penelitian.....	27
Variabel dan Pengukurannya.....	30
Teknik Pengambilan Sampel.....	32
1. Metode Sampel.....	32
2. Ukuran Sampel.....	32
Teknik pengambilan Sampel.....	32
Teknik Analisis Data.....	33



BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
A	Gambaran Umum Perusahaan.....	39
	1. Sushi Tei.....	39
B	Analisis dan Pembahasan.....	40
	1. Uji Validitas.....	40
	2. Uji Reliabilitas.....	47
	3. Analisis Deskriptif.....	52
	4. Analisis Regresi Ganda.....	57
	5. Uji Asumsi Klasik.....	59
	6. Uji F.....	64
	7. Uji T.....	65
C	Hasil Penelitian.....	67
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
A	Kesimpulan.....	70
B	Saran.....	71
	DAFTAR PUSTAKA.....	72
	LAMPIRAN.....	73

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



7. Teman-teman seperjuangan selama kuliah Konsentrasi Pemasaran, terima kasih atas perhatiannya dan bantuannya selama ini.

8. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan pada kesempatan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu semua usul dan saran dari berbagai pihak demi perbaikan skripsi ini akan penulis terima dengan senang hati.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, pengembangan ilmu pengetahuan, dan kepada penulis sendiri.

Jakarta, 15 Agustus 2014

Penulis,

Vicky Adyanthi

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Pengujian Validitas Variabel Produk.....	40
Tabel 4.2	Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga.....	41
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Validitas Variabel Tempat.....	42
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi.....	43
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Orang.....	44
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Variabel Bentuk Fisik.....	45
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Proses.....	45
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	46
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Produk.....	47
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Harga	48
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Tempat.....	49
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Promosi.....	49
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Orang.....	50
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Bentuk Fisik.....	50
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Proses.....	51





Tabel 4.16	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	52
Tabel 4.17	Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran Jasa – Product.....	52
Tabel 4.18	Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran Jasa – Price.....	53
Tabel 4.19	Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran Jasa – Place.....	54
Tabel 4.20	Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran Jasa – Promotion.....	54
Tabel 4.21	Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran Jasa – People.....	55
Tabel 4.22	Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran Jasa – Physical Evidence.....	56
Tabel 4.23	Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran Jasa – Process.....	56
Tabel 4.24	Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	57
Tabel 4.25	Analisis Regresi Sederhana.....	58
Tabel 4.26	Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.27	Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4.28	Uji Otokorelasi.....	62
Tabel 4.29	Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.30	Uji F.....	64
Tabel 4.31	Uji t.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Segitiga Pemasaran Jasa.....	10
Gambar 2	Jenis Loyalitas.....	18
Gambar 3	Kerangka Pemikiran.....	24

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

