

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics di Mall
Metropolitan Bekasi)**

SKRIPSI

**DEVY KARTIKA RIZKI
21150500351**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics di Mall
Metropolitan Bekasi)**

SKRIPSI

**DEVY KARTIKA RIZKI
21150500351**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics di Mall Metropolitan Bekasi)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 18 Februari 2020



DEVY KARTIKA RIZKI

NPM 21150500351

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics di Mall Metropolitan Bekasi)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Imelda Aprileny, SE, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

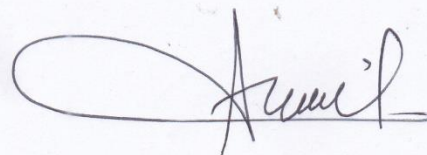
Jakarta, 18 Februari 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Imelda Aprileny, SE, ME.



Drs. Sumitro, M.Sc

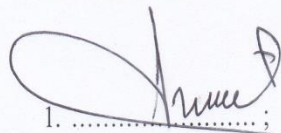
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

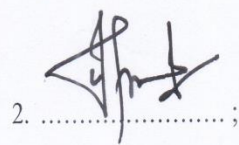
**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics di Mall Metropolitan Bekasi)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 18 Februari 2020 dengan nilai (A-).

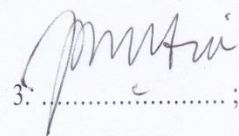
Panitia Ujian Skripsi

1.  ;

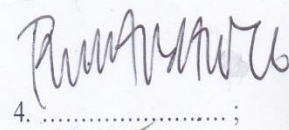
Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  ;

Imelda Aprileny, SE, ME
(Pembimbing)

3.  ;

Dra. Pristina Hermastuti, MBA
(Anggota Penguji)

4.  ;

Gatot Prabantoro, SE, ME
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Imelda Aprileny, SE, ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Gatot Prabantoro, SE., MM., dan Ibu Dra. Pristina Hermastuti, MBA, selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang, serta memberikan kritik dan saran yang membangun sehingga hasil skripsi dapat disempurnakan dengan baik.
3. Bapak Drs, Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga saya dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Kepada keluarga saya, ayah saya yang selalu memberikan dorongan ketika saya sudah merasa lelah, ibu saya yang menjadi teman setia mendengarkan keluh kesah saya, dan kedua saudara kandung saya yang selalu menemani dan menghibur sehingga semangat saya kembali bangkit.. Terima kasih telah memberikan kasih sayang dan do'a selama proses mengerjakan skripsi yang panjang dan melelahkan ini.

7. Kepada sahabat saya, Kezia, atas segala bantuan, ilmu-ilmu yang telah diberikan, dan untuk waktu yang banyak diluangkan demi menemani dan mendengarkan segala cerita bahagia maupun kesedihan saya selama menyelesaikan skripsi ini.
8. Sumber inspirasi saya selama 2 tahun terakhir, Stray Kids, anak-anakku, terima kasih sudah jadi penyemangat, motivator, sumber inspirasi, tempat pelarian setelah frustrasi, rezeki pasti datang pada waktunya and we made it. Our achievements always came in the right time. I'm glad that I trust it.
9. Kak Piti dengan petuahnya, Riz tempatku gemes-gemesan bareng, Lala yang bikin aku ngomel terus tapi bikin ketawa, Hanabi yang sama-sama jadi tempat keluh kesah, walaupun kita belum pernah ketemu, terima kasih sudah jadi tempat menghilangnya frustrasiku. Semoga kita temen baik terus, ya!
10. Segenap karyawan Make Over Cosmetics Mall Metropolitan Bekasi yang telah membantu dalam proses penelitian, terkhususnya data-data yang diperlukan dalam skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Teman-teman seperjuangan di STEI Kampus E Bekasi (S-1 manajemen angkatan 2015), terima kasih sebanyak-banyaknya atas masukan-masukan yang membangun dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada pihak-pihak lainnya yang juga telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 18 Februari 2020

DEVY KARTIKA RIZKI
NPM 21150500351

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devy Kartika Rizki
NPM : 21150500351
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalti- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics di Mall Metropolitan Bekasi)

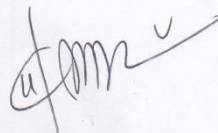
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 Februari 2020

Yang menyatakan,



Devy Kartika Rizki

Devy Kartika Rizki
NPM : 21150500351
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Imelda Aprileny, SE, ME

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics di Mall Metropolitan Bekasi)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dengan studi kasus pengguna Make Over Cosmetics di Mall Metropolitan Bekasi. Bauran pemasaran terdiri dari empat variabel: (1) produk, (2) harga, (3) lokasi/saluran distribusi, (4) promosi.

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian asosiatif yang diukur dengan menggunakan metoda analisis jalur dengan SPSS 24.00. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna/konsumen Make Over Cosmetics di Mall Metropolitan Bekasi, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan studi lapangan dengan menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian ditemukan bahwa produk, lokasi/saluran distribusi, promosi secara langsung memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Produk secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Promosi secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Devy Kartika Rizki
NPM : 21150500351
Program Studi S-1 Manajemen

Advisor :
Imelda Aprileny, SE, ME

**THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CUSTOMER
LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
AS AN INTERVENING VARIABLE
(With Case Study of Make Over Cosmetics customers
at Mall Metropolitan Bekasi)**

ABSTRACT

This study aimed to find out how much the influence of marketing mix has on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable with a case study of Make Over Cosmetics customers in Metropolitan Mall Bekasi. Marketing mix consist of four variables: (1) Product, (2) Price, (3) Location/Distribution Channel, (4) Promotion.

This study used an associative research strategy that is measured using the path analysis method with SPSS 24.00. The population of this study was the user/consumer of Make Over Cosmetics in Metropolitan Mall Bekasi, with a total sample of 100 respondents. Data collection technique used field studies by distributing questionnaires. In the research, we found that product, location/distribution channel, and promotion directly had a significant influence on customer satisfaction. Customer satisfaction had a significant influence on customer loyalty. Product indirectly influenced customer loyalty. Promotion indirectly influenced customer loyalty. However, price did not have significant influence on customer loyalty nor customer satisfaction.

Kata kunci : Marketing Mix, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.2.2. Pengertian Produk	11

	Halaman
2.2.3. Pengertian Harga	12
2.2.4. Pengertian Lokasi/Saluran Distribusi	13
2.2.5. Pengertian Promosi	14
2.2.6. Pengertian Kepuasan Pelanggan	14
2.2.7. Pengertian Loyalitas Pelanggan	15
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	16
2.4. Pengembangan Hipotesis	18
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	19
BAB III METODA PENELITIAN	20
3.1. Strategi Penelitian	20
3.2. Populasi dan Sampel	20
3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	21
3.3.1. Jenis data	21
3.3.2. Metode pengumpulan data	21
3.4. Operasionalisasi Variabel	21
3.5. Metoda Analisis Data	25
3.5.1. Uji Validitas	25
3.5.2. Uji Reliabilitas	25
3.5.3. Analisis Data	25
3.5.4. Pengujian Hipotesis	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	30
4.2. Deskripsi Responden	30
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	31
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	32
4.3. Pengujian Instrumen Penelitian	33
4.3.1. Uji Validitas	33

	Halaman
4.3.2. Uji Reliabilitas	34
4.3.3. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	35
4.3.4. Perhitungan Hasil Analisis Jalur	39
4.4. Pengujian Hipotesis	41
4.4.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung	41
4.4.2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	44
4.5. Temuan Hasil Penelitian	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1. Simpulan.....	49
5.2. Saran	50
 DAFTAR REFERENSI	 51
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Respon jawaban berdasarkan Skala Likert	22
Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian	22
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Umur	31
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	32
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	33
Tabel 4.6 Persamaan Struktural 1	36
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan Struktural 1	36
Tabel 4.8 Persamaan Struktural 2	38
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan Struktural 2	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Pengaruh Langsung Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel <i>Intervening</i>	19
Gambar 3.1 Diagram Jalur Pengaruh Tidak Langsung Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel <i>Intervening</i>	26
Gambar 4.1 Diagram Jalur Persamaan Struktural 1	37
Gambar 4.2 Diagram Jalur Persamaan Struktural 2	39

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	53
Lampiran 2. Skor Untuk Variabel Produk (X_1)	59
Lampiran 3. Skor Untuk Variabel Harga (X_2)	62
Lampiran 4. Skor Untuk Variabel Lokasi/Saluran Distribusi (X_3)	65
Lampiran 5. Skor Untuk Variabel Promosi (X_4)	68
Lampiran 6. Skor Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	71
Lampiran 7. Skor Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)	74
Lampiran 8. Output SPSS Uji Validitas	77
Lampiran 9. Output SPSS Uji Reliabilitas	81
Lampiran 10. Output SPSS Persamaan Struktural	82
Lampiran 11. Output Tes Sobel	83
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	84
Lampiran 13. Surat Keterangan Riset	85