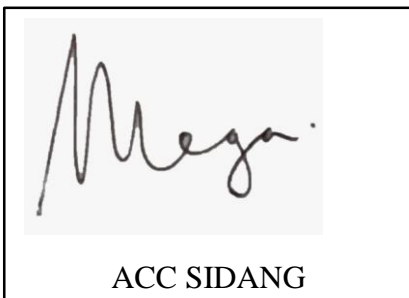


**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi di Pulo
Gebang Jakarta Timur)**

SKRIPSI



RIMA YULIYANI

21170000147



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi di Pulo
Gebang Jakarta Timur)**

SKRIPSI

**RIMA YULIYANI
21170000147**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**


PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan bahwa dengan sesungguhnya Karya Ilmiah dengan judul :

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi di Pulo Gebang Jakarta Timur)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 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 kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 27 Juli 2021



RIMA YULIYANI
NPM 21170000147

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi di Pulo Gebang Jakarta Timur)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Megayani, S.E, M.M dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen , serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 27 Juli 2021

Pembimbing



Megayani, S.E, M.M

Kepala Prodi Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya BBA, M.Sc





HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi di Pulo Gebang Jakarta Timur)

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 06 Agustus 2021 dengan nilai A.

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  Megayani, S.E, M.M (Pembimbing)
3.:  Drs. Jusuf Haryanto M.Sc (Penguji I)
4.  : Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc. (Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang di hadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan berikut ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya dan tulus kepada :

1. Ibu Megayani, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran untuk mengarahkan dan membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Jusuf Haryanto M.Sc Dan Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc. selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk proses sidang. Terimakasih untuk saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas bekal ilmu pengetahuan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh pihak Jamane Kopi yang telah banyak membantu dan memberi arahan dalam usaha memperoleh data yang penelitian perlukan.
7. Teristimewa kepada Mama yang tak pernah putus mendoakan, memberikan motivasi, semangat, dan pengorbanannya yang membangkitkan saya untuk berjuang dan terus berusaha menjadi lebih baik lagi kedepannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk teman-teman saya, Nabila, Ceca, Zafira, Shifa, Giovanni, Bunga, Tika, Titi, Arif, Ali, Tasya, Annisa, Dita, Gladys, Laura, Sita, Afdila, Piyan,

- Riri, Annisya F, Ryan A, Yoan S dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih untuk dukungan, semangat dan saran bagi penulis.
9. Ali Said selaku teman selama saya berkuliah di STEI yang telah bersedia membantu, mengarahkan dan memberikan masukan kepada saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
 10. Untuk teman seperjuangan grup “MANTAP”, Annisha Woro Lestari, Wahyunita Novianti, Bayu, Elisabet Murti Trimulatsih, Ana Nur Mayana dan Rena Sharfina terima kasih atas dukungan, saran dan semangat yang tidak pernah terlewatkan selama proses penyelesaian skripsi ini.
 11. Dwi Ayu Novriyanti dan Muhammad Adam Laksana yang selalu mensupport, menyediakan waktu untuk memberi masukan, diskusi dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
 12. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never give up, for just being me at all times.*

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan karya ilmiah ini jauh dari kata sempurna dan masih memiliki kekurangan atau kelemahan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan bagi banyak pihak.

Jakarta, 27 Juli 2021



RIMA YULIYANI
NPM 21170000147

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : RIMA YULIYANI
NPM : 21170000147
Program Studi : S-1 MANAJEMEN
Jenis Karya : Skripsi

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

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi di Pulo Gebang Jakarta Timur)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Juli 2021

Yang menyatakan,



RIMA YULIYANI

Rima Yuliyani
NPM : 21170000147
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing ;
Megayani, S.E, M.M

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Pelanggan Jamane Kopi di Pulo Gebang Jakarta Timur)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan promosi (X4) terhadap loyalitas pelanggan Jamane Kopi di Pulo Gebang Jakarta Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Jamane Kopi yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali pada waktu yang berbeda.

Metoda pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam bentuk Google Form sebanyak 100 responden pelanggan Jamane Kopi. Metode analisis data adalah analisis statistik data deskriptif. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purpose sampling* . Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji realibilitas dan uji regresi linier berganda, dengan menggunakan program SPSS v.25.0 for Windows.

Simpulan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan harga, lokasi dan promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil secara bersama-sama variabel kualitas produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Jamane Kopi.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, dan Loyalitas Pelanggan

Rima Yuliyani
NPM : 21170000147
Program Studi S1 Manajemen

Supervisor Lecturer ;
Megayani, S.E, M.M

**THE IMPLEMENTATION OF MARKETING MIX ON CUSTOMER
LOYALTY
(Case Study of Jamane Kopi Customers in Pulo Gebang, East Jakarta)**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of product quality (X1), price (X2), location (X3), and promotion (X4) on customer loyalty Jamane Kopi at Pulo Gebang East Jakarta. The population in this study are Jamane Kopi customers who have made purchases at least 2 times at different times.

The data collection method used a questionnaire in the form of a Google Form as many as 100 Jamane Kopi customer respondents. The method of data analysis is a descriptive statistical analysis of data. The sampling technique was used with purpose sampling method. The data testing technique used in this research includes validity test, reliability test, and multiple linear regression test, using SPSS v.25.0 for Windows program.

The conclusion in this study showed that product quality had an affects on customer loyalty, while price, location, and promotion did not affected on customer loyalty. The results together with the variables of product quality, price, location, and promotion had an effect on customer loyalty at Jamane Kopi.

Keywords: Product Quality, Price , Location, Promotion and Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
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	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 <i>Review</i> Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Pemasaran	10
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.2.3 Kualitas Produk.....	11
2.2.4 Harga.....	12
2.2.5 Lokasi.....	13
2.2.6 Promosi	14
2.2.7 Loyalitas Pelanggan	16
2.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	16

2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian	19
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian.....	19

BAB III METODA PENELITIAN.....21

3.1 Strategi Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.2.1 Populasi Penelitian.....	21
3.2.2 Sampling dan Sampel Penelitian	22
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	23
3.3.1 Jenis Data	23
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4 Operasional Variabel	24
3.5 Metode Analisis Data.....	25
3.5.1 Pengolahan Data	25
3.5.2 Penyajian Data	25
3.5.3 Analisis Statistik Data.....	25
3.5.4 Uji Instrumen Penelitian	26
3.5.5 Uji Hipotesis	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....30

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	30
4.2 Deskripsi Responden	31
4.3 Deskripsi Data.....	34
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	38
4.4.1 Uji Validitas	38
4.4.2 Uji Reliabilitas	40
4.5 Analisis Statistik Data.....	41
4.5.1 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	41
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	45
4.5.3 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	46
4.6. Temuan Hasil Penelitian	47

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1	Simpulan.....	50
5.2	Saran	50
5.3	Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	51
DAFTAR REFERENSI		53
LAMPIRAN.....		55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Daftar Coffee Shop di Wilayah Pulo Gebang.....	2
Tabel 3.1 : Tabel Skor Jawaban Responden.....	24
Tabel 3.2 : Operasional Variabel.....	24
Tabel 4.1. : Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk (KP).....	38
Tabel 4.2. : Hasil Pengujian Validitas Harga (H).....	39
Tabel 4.3. : Hasil Pengujian Validitas Lokasi (L).....	39
Tabel 4.4. : Hasil Pengujian Validitas Promosi (P).....	39
Tabel 4.5. : Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Pelanggan (LP).....	40
Tabel 4.6. : Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Loyalitas Pelanggan.....	40
Tabel 4.7. : Hasil Koefisien Determinasi Parsial Kualitas Produk (KP) Pada Loyalitas Pelanggan (LP).....	41
Tabel 4.8. : Hasil Koefisien Determinasi Parsial Harga (H) Pada Loyalitas Pelanggan (LP).....	42
Tabel 4.9. : Hasil Koefisien Determinasi Parsial Lokasi (L) Pada Loyalitas Pelanggan (LP).....	43
Tabel 4.10. : Hasil Koefisien Determinasi Parsial Promosi (P) Pada Loyalitas Pelanggan (LP).....	44
Tabel 4.11. : Koefisien Determinasi.....	44
Tabel 4.12. : Hasil Uji T.....	45
Tabel 4.13. : Hasil secara Simultan (Uji. F) dari Variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Pada Loyalitas Pelanggan.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. : Kerangka Konseptual Penelitian.....	20
Gambar 4.1. : Data Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Gambar 4.2. : Data Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	32
Gambar 4.3. : Data Deskripsi Responden Berdasarkan Status.....	33
Gambar 4.4. : Data Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	34
Gambar 4.5. : Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk.....	35
Gambar 4.6. : Diagram Skala Likert Variabel Harga.....	36
Gambar 4.7. : Diagram Skala Likert Variabel Lokasi.....	36
Gambar 4.8. : Diagram Skala Likert Variabel Promosi.....	37
Gambar 4.9. : Diagram Skala Likert Variabel Loyalitas Pelanggan.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. : Kuesioner Penelitian.....	54
Lampiran 2. : Tabulasi Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X1).....	62
Lampiran 3. : Tabulasi Kuesioner Variabel Harga (X2).....	64
Lampiran 4. : Tabulasi Kuesioner Variabel Lokasi (X3).....	66
Lampiran 5. : Tabulasi Kuesioner Variabel Promosi (X4).....	68
Lampiran 6. : Tabulasi Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	70
Lampiran 7. : Output SPSS Versi 25.0 Validitas Kualitas Produk.....	72
Lampiran 8. : Output SPSS Versi 25.0 Validitas Harga.....	73
Lampiran 9. : Output SPSS Versi 25.0 Validitas Lokasi.....	74
Lampiran 10. : Output SPSS Versi 25.0 Validitas Promosi.....	75
Lampiran 11. : Output SPSS Versi 25.0 Validitas Loyalitas Pelanggan.....	76
Lampiran 12. : Output SPSS Versi 25.0 Reliability.....	77
Lampiran 13. : Surat Keterangan Riset.....	79
Lampiran 14. : Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	80