

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK
SUSU MURNI PUTRA RIAU BONDOWOSO**

SKRIPSI



Oleh :

**Moh. Jaka Budi Wijaksana
NIM. 15.1041.1307**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh. Jaka Budi Wijaksana

NIM : 1510411307

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Susu Murni Putra Riau ; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Agustus 2019
Yang menyatakan,

Mateai
6000

Moh. Jaka Budi Wijaksana
NIM. 1510411359

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK
SUSU MURNI PUTRA RIAU BONDOWOSO**

SKRIPSI



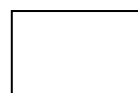
Oleh:

**Moh. Jaka Budi Wijaksana
NIM. 15.1041.1307**

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Drs. Anwar. M.Sc

Dosen Pembimbing Pendamping : Haris Hermawan, SE, MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Susu Murni Putra Riau, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Moh. Jaka Budi Wijaksana
NIM : 1510411307
Hari : Kamis
Tanggal : 8 Agustus 2019
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Tim Penguji,

Dr. Hj. Nurul Q. MM
NPK 06 034 26

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Anwar. M.Sc
NPK 85 03 125

Haris Hermawan, SE, MM
NPK 15 03 640

Mengesahkan:

Dekan,
Jurusan,

Ketua

Dr. Arik Susbiyani. Msi
NPK 01 09 289

Haris Hermawan, SE, MM
NPK 15 03 640

MOTTO

**Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat.
Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan**

(Al-Mujadillah:11)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah “

(HR.Turmudzi)



PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada ALLAH yang maha kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang:

- 1. Kedua orang tua ku Ayahanda dan Ibunda ku Tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih buat Ayah dan Ibu.**
- 2. Abang-abangku beserta istrinya dan Adikku yang selalu memberikan dukungan, dan semangat. Terima kasih buat Abang-abangku dan Adikku.**
- 3. Kepada teman dekatku khusnul Qhotimah yang selalu menyemangatiku, memberi motivasi dan dukungan, Doa serta rasa sayang dan cintanya yang begitu indah buatku. Thanks**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari empat variabel yaitu produk, harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dalam penelitian ini produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara parsial. Objek penelitian ini adalah pelanggan Susu Murni Putra Riau Bondowoso yang memiliki jumlah populasi 100 responden menggunakan teknik sensus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji t, koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan produk, harga, tempat, dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: produk, harga, tempat, promosi dan loyalitas pelanggan.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of four variables: product, price, place, and promotion quality on customers loyalty. The hypothesis in this study product, price, place, and promotion influence on purchase decisions partially. The object of this study is the Susu Murni Putra Riu Bondowoso which has a population of 100 respondents using census techniques. Data collection techniques using observation, interviews and questionnaires. The analysis includes the validity, reliability, classical assumption (normality test, multicollinearity, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing (t test, the coefficient of determination). The results showed that the product, price, place, and promotion simultaneously influence the customer loyalty and product, price, place, and promotion is partially significant effect on customer loyalty.

Keywords: product, price, place, and promotion and customer loyalty.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Susu Murni Putra Riau”.

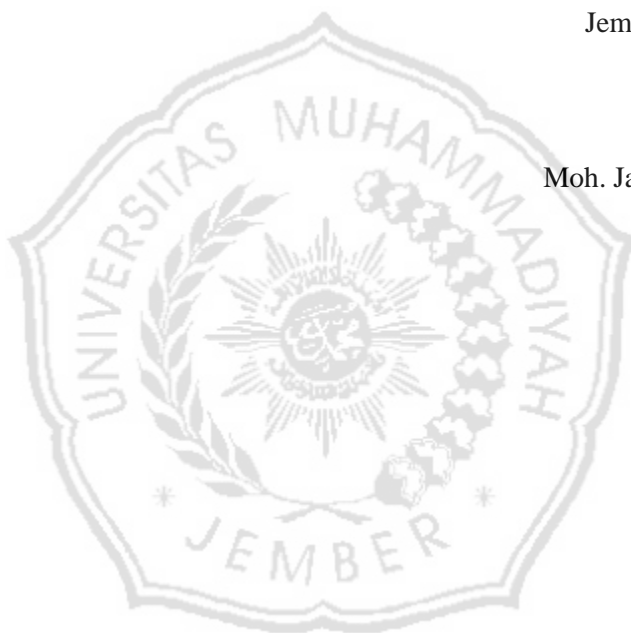
Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Arik Susbiyani, Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Haris Hermawan, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Drs. Anwar, M.Sc, selaku dosen pembimbing I dan Haris Hermawan, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Dr. Hj. Nurul Q, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Agustus 2019
Penyusun

Moh. Jaka Budi Wijaksana



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Landasan Teori	4
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	4
2.2 Bauran Pemasaran.....	4
2.2.1 Produk.....	5
2.2.2 Harga.....	6
2.2.3 Lokasi	10
2.2.3 Promosi	12
2.3 Loyalitas Pelanggan.....	13
2.4 Susu Murni.....	15
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	16
2.6 Kerangka Konseptual	17
2.7 Hipotesis Penelitian	18
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Identifikasi Variabel	20
3.1.1 Variabel Bebas	20
3.1.2 Variabel Terikat	20
3.2 Definisi Operasional Variabel	20
3.3 Desain Penelitian	21

3.4	Populasi dan Sampel	21
3.5	Jenis dan Sumber Data	21
3.5.1	Jenis Data	21
3.5.2	Sumber Data	22
3.6	Teknik Analisis Data	22
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif	23
3.6.2	Uji Instrumen Data	23
3.7	Uji Asumsi Klasik	24
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	25
3.9	Uji Hipotesis	25
3.9.1	Uji Parsial (Uji t)	25
3.9.2	Koefisien Determinasi (R^2)	26
BAB 4	HASIL DAN PENBAHASAN	27
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	27
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	27
4.1.2	Struktur Organisasi	27
4.1.3	Fungsi Dan Tugas Jabatan	28
4.2	Aspek Personalia	28
4.2.1	Jumlah Tenaga Kerja	28
4.2.2	Jam Kerja	29
4.2.3	Sistem Upah	29
4.3	Aspek Pemasaran	29
4.3.1	Daerah Pemasaran	29
4.4	Diskriptif Statistik Responden	29
4.4.1	Diskriptif Statistik Responden menurut usia, Jenis Kelamin, pekerjaan dan pendapatan	29
4.4.2	Deskriptif Variabel Penelitian	32
4.5	Analisis Data	36
4.5.1	Uji Instrumen Data	36
4.5.1.1	Pengujian Validitas Data	36
4.5.1.2	Pengujian Reliabilitas Data	37
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	37
4.6.1	Pengujian Asumsi Klasik	39
4.6.1.1	Pengujian Normalitas	39
4.6.1.2	Pengujian Multikolinearitas	40
4.6.1.3	Pengujian Heterokedastisitas	40
4.7	Pengujian Hipotesis	41
4.7.1	Uji t	42
4.7.2	Koefisien Determinasi	43
4.8	Pembahasan	43

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1: Deskriptif statistic responden menurut Usia.....	28
Tabel 4.2: Deskriptif statistic responden menurut Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.3: Deskriptif statistic responden menurut pekerjaan.....	29
Tabel 4.4: Deskriptif statistic responden menurut pendapatan.....	29
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap produk.....	30
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga	31
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Tempat	32
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Promosi	32
Tabel 4.9: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	33
Tabel 4.10: Hasil Pengujian Validitas	34
Tabel 4.11: Hasil Pengujian Reliabilitas	35
Tabel 4.12: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	35
Tabel 4.13: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4.14: Hasil Uji t	40
Tabel 4.15: Hasil Uji Koefisien Determinasi	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1:	Data Penjualan produk Susu Murni Putra Riau Di Bondowoso Berdasarkan Hasil Wawancara.	2
Gambar 2.1:	Kerangka Pemikiran Penelitian	17
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi Susu Murni Putra Riau.....	27
Gambar 4.2:	Hasil Pengujian Normalitas	38
Gambar 4.3:	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	39



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner & Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 2: Rekapitulasi Kuesioner
LAMPIRAN 3: Frekuensi Pernyataan Responden
LAMPIRAN 4: Uji Validitas
LAMPIRAN 5: Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 6: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
LAMPIRAN 7: Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t
LAMPIRAN 8: Dokumentasi Penelitian

