

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS

KONSUMEN PADA ROXY SWALAYAN ENDE

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Manajemen**



OLEH

SRI RAHAYU
2016410339

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : SRI RAHAYU
NIM : 2016410339
JUDUL : PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA ROXY SWALAYAN ENDE

Ende, 10 Februari 2021

Telah Diujikan di Depan Tim Penguji Skripsi

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc
NIDN. 0826097401


Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN: 0814109101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Flores


Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 10 Februari 2021

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc
NIDN. 0826037001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN. 0825077101

Tim Penguji:

01. Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN. 0825077101

1.

02. Gabriel Tanusi, SE., M.Si
NIDN. 0827067101

2.

03. Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S., MM
NIDN. 0831108301

3.

04. Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 0814109101

4.

05. Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc
NIDN. 0826097401

5.

MOTTO

**“Jawaban Dari Sebuah Keberhasilan Adalah Terus Belajar Dan Tak
Kenal Putus Asa”**

BY SRI RAHAYU

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah, yang selalu memberikan rahmat-Nya kepada saya, sehingga penulis selalu diberikan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dua orang terhebat dalam hidup saya, Bapak Hamudin dan Ibu Siti Nur yang selalu memberikan saya semangat dan doa, serta mengajarkan kepada saya kesabaran dalam melangkah menuju kesuksesan.
3. Kelima saudara/i saya; Nissa khairunisa, Tri sabirin, eka supriani, Moh Ansari, Husnah, yang selalu mendukung dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat dan teman-teman saya; Faisal, Hamdan, Dian, Tilde, Tria, Wati, Laili, In, intan, yang selalu memberikan dukungan dan semangatnya.
5. Teman-teman Manajemen angkatan 2016.
6. Almamater yang saya banggakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ROXY SWALAYAN ENDE”. Skripsi ini ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores.

Penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik berkat bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulisan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Simon Sira Padji, MA selaku Rektor Universitas Flores
2. Ibu Dekan Iriany Dewi Soleiman, SE., m. Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
3. Bapak Lambertus Langga, SE., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya.
5. Bapak Lambertus Langga, SE., M.Sc, Bapak Gabriel Tanusi, SE., M.Sc, Ibu Helena C. Dua Mea, S.S., MM selaku tim dosen penguji.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Flores.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi rekan-rekan dalam menyusun skripsi.

Ende, 10 Februari 2021

Penulis
Sri Rahayu

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran	8
2.1.1 Teori Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	9
2.1.3 Unsur-Unsur <i>Marketing Mix</i>	10
2.1.4 Produk (<i>Product</i>)	11
2.1.5 Harga (<i>Price</i>)	14
2.1.6 Lokasi (<i>Place</i>).....	18
2.1.7 Promosi (<i>Promotion</i>)	19
2.2 Loyalitas Konsumen	24
2.2.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	24
2.2.2 Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen	26
2.2.3 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	27

2.2.4 Indikator Loyalitas Konsumen	28
2.3 Penelitian Terdahulu	29
2.4 Kerangka Penelitian	30
2.5 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Lokasi Penelitian.....	32
3.3 Definisi Operasional Variabel	32
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Jenis Data dan Sumber Data	35
3.5.1 Jenis Data	35
3.5.2 Sumber Data	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Instrumen Penelitian	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1 Uji Validitas	38
3.8.2 Uji Reliabilitas	38
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	42
4.2.1 Deskripsi Responden	42
4.3. Uji Instrument Penelitian	44
4.3.1 Uji Validitas	45
4.3.2 Uji Reliabilitas	46
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	48
4.4 Uji Hipotesis	50
4.4.1 Hipotesis Pertama	50
4.4.2 Hipotesis Kedua	51

4.4.3 Hipotesis Ketiga	52
4.4.4 Hipotesis Keempat	54
4.5 Pembahasan dan Hasil Penelitian	55
4.5.1 Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Roxy Swalayan Ende.	55
4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Roxy Swalayan Ende	56
4.5.3 Pengaruh Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen di Roxy Swalayan Ende	58
4.5.4 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Roxy Swalayan Ende.	59
BAB V PENUTUP	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Perbandingan harga yang ditawarkan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.4 Tabel Uji Validitas dan Realibilitas	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Linieritas	48
Tabel 4.6 Uji Heterokedastisitas	49
Tabel 4.7 Uji Normalitas Data	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi Dengan Test Durbin-Watson	50
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	51
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	52
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen.....	53
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas konsumen	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Diagram 4.2 Reposnden Beradasarkan Jenis Kelamin	43
Diagram 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	44

ABSTRAK

Sri Rahayu, 2020. **“Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Roxy Swalayan Ende”**.

Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores, Pembimbing I: Rafael Octavianus Byre, Pembimbing 2 : Maria Endang Jamu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Apakah produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Roxy Swalayan Ende. (2) Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Roxy Swalayan Ende. (3) Untuk mengetahui apakah tempat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Roxy Swalayan Ende. (4) Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Roxy Swalayan Ende. Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Roxy Swalayan Ende yang berjumlah 100 orang.

Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linier berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Roxy Swalayan Ende dengan nilai beta (β) sebesar 0,338 (2) harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas knsumen Roxy Swalayan Ende dengan nilai beta (β) sebesar 0,698 (3) tempat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Roxy Swalayan dengan nilai beta (β) sebesar 0,713. (4) promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Roxy Swalayan dengan nilai beta (β) sebesar 0,699.

Kata kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Loyalitas Konsumen