

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN SERTA
DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN TRANSMART
CARREFOUR MAGUWO YOGYAKARTA**

***THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON SATISFACTION AND
IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY TRANSMART CARREFOUR
MAGUWO YOGYAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

DHEA REKA SARASWATI

20170410399

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dhea Reka Saraswati

Nomor Mahasiswa : 20170410399

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN TRANSMART CARREFOUR MAGUWO YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam penulisan skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 15 Desember 2020



Dhea Reka Saraswati

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang telah memberikan motivasi, semangat dan dukungan yang tiada henti sampai skripsi ini terselesaikan.

1. Untuk kedua orang tua, yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama kuliah, yang tak pernah lelah memberikan motivasi semangat belajar hingga akhirnya penulis selesai kuliah.
2. Ayah dan Ibuku yang selalu memberikan semangat dan dukungan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua adik Asyifa dan Yasaar, semoga skripsi ini dapat memotivasi kalian untuk belajar lebih giat lagi.
4. Sahabat-sahabatku Tiek, Zahra, Febrianda, dan Antin yang selalu memberikan semangat dan membantu penulis saat merasa kesulitan.
5. Legawa Ardy Kusuma, yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis, terima kasih atas doa dan perhatiannya selama proses penulisan skripsi hingga akhirnya skripsi ini selesai.
6. Semua teman-teman Manajemen Angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih sudah menjadi teman saat kuliah dan berbagi pengalaman serta ilmu pengetahuan yang berharga.
7. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Transmart Carrefour Maguwo Yogyakarta” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam pengambilan keputusan organisasional agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan ide pengembangan untuk penelitian yang akan datang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.

3. Ibu Dra. Hasnah Rimiati, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah memberikan ilmu yang luar biasa.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 15 Desember 2020



Dhea Reka Saraswati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Bauran Pemasaran.....	11
2. Kepuasan Pelanggan	33
3. Loyalitas Pelanggan	38
B. Hasil Penelitian Terdahulu	42
C. Hipotesis.....	48
1. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	49
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	51
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	53
4. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	56
6. Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	59

7. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	60
8. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	61
9. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	62
D. Model Penelitian	64
BAB III METODE PENELITIAN	65
A. Objek Dan Subjek Penelitian	65
B. Jenis Data	65
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	66
D. Teknik Pengumpulan Data.....	68
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	69
F. Uji Instrumen Penelitian	74
1. Uji Validitas	74
2. Uji Reliabilitas	75
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	75
1. Kecukupan Ukuran Sampel	76
2. Uji Outliers.....	76
3. Uji Normalitas Data	76
4. Uji Multikolinieritas.....	77
5. Uji GOF (<i>Goodness of Fit</i>)	77
6. Uji Hipotesis	77
7. Uji Mediasi.....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	79
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	79
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	81
B. Uji Kualitas Instrumen	86
1. Uji Validitas	86
2. Uji Reliabilitas	87
C. Hasil Analisis dan Uji Hipotesis	88
1. Kecukupan Ukuran Sampel	88
2. Uji Model Measurement	89
3. Uji Outliers.....	90

4. Uji Normalitas Data	91
5. Uji Multikolinieritas	93
6. Uji GOF (<i>Goodness of Fit</i>)	93
7. Uji Hipotesis	94
8. Uji Mediasi.....	97
D. Pembahasan (Interpretasi).....	107
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN....	115
A. Simpulan	115
B. Keterbatasan Penelitian	116
C. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	120
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	121
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden.....	128
Lampiran 3. Uji Validitas	141
Lampiran 4. Uji Outlier	144
Lampiran 5. Gambar Uji Hipotesis.....	147
Lampiran 6. Hasil Turnitin	148

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Transmart Carrefour.....	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1 Klasifikasi Skala Likert.....	69
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	71
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	84
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	85
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	86
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	87
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data.....	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Goodness of Fit.....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis.....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Mediasi 1.....	98
Tabel 4.13 Direct Effect H6.....	98
Tabel 4.14 Indirect Effect H6.....	99
Tabel 4.15 Hasil Uji Mediasi 2.....	100
Tabel 4.16 Direct Effect H7.....	101
Tabel 4.17 Indirect Effect H7.....	101
Tabel 4.18 Hasil Uji Mediasi 3.....	103
Tabel 4.19 Direct Effect H8.....	103
Tabel 4.20 Indirect Effect H8.....	104
Tabel 4.21 Hasil Uji Mediasi 4.....	105
Tabel 4.22 Direct Effect H9.....	106
Tabel 4.23 Indirect Effect H9.....	106
Tabel 4.24 Rekapitulasi Hasil Analisis.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pendekatan pada Penentuan Harga.....	20
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	64
Gambar 4.1 Uji Model Measurement.....	90
Gambar 4.2 Uji Mediasi 1.....	97
Gambar 4.3 Uji Mediasi 2.....	100
Gambar 4.4 Uji Mediasi 3.....	102
Gambar 4.5 Uji Mediasi 4.....	105