

ABSTRAK

Windy oktaviana Nur utami. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen di restoran Lokomotif Kuliner Bandung. Dibawah bimbingan Agus Sudono, SE, M.M. dan Caria Ningsih, SE, M.Si.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk untuk mengetahui dan menganalisis bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen secara stimulan dan parsial.

Pada penelitian terdapat satu variabel independent yaitu bauran pemasaran. Serta variable dependent yaitu loyalitas konsumen. Metode yang digunakan adalah metode deskripsi analitik yang diolah dengan program IBM SPSS 16.0 *for windows* melalui alat pengumpulan data populasi pada penelitian sebanyak 2767 konsumen perbulan di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung dan sampel sebesar 100 konsumen dengan sampel sistemantyc random sampling. Untuk teknik pengumpulan dilakukan dengan menggunakan cara observasi, wawancara dan kuisisioner.

Berdasarkan dengan hasil penelitan diperoleh bahwa antara hubungan bauran pemasaran dan loyalitas konsumen di Lokomotif Kuliner Bandung memiliki hubungan/pengaruh sebesar 0,472. Bauran Pemasaran memiliki pengaruh signifikan positif cukup kuat terhadap Loyalitas Konsumen di Lokomotif Kuliner Bandung dan rekapituasi bauran pemasaran bahwa point promosi berada dalam posisi skoring yang paling rendah Selain itu juga diperoleh hasil bahwa promosi memiliki skor yang paling rendah terhadap tingkat loyalitas konsumen. Hal ini disebabkan karena pihak dari Restoran Lokomotif Kuliner Bandung karena pihak dari perusahaan kurang begitu aktif dalam melakukan kegiatan promosi baik promosi yang dilakukan di media cetak dan elektronik, sedangkan uji determinasi bahwa bauran pemasaran mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 22,3 % dan sisanya sebesar 77,7 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Loyalitas Konsumen, Bauran Pemasaran, Lokomotif Kuliner, Bandung.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Windy Oktaviana Nur Utami. Marketing Mix Analysis Of Consumer Loyalty in Bandung Culinary locomotive restaurant. Under the guidance of Agus Sudono, SE. M.M. and Caria Ningsih, SE,M.Si.

This study was aimed to determine and analyze customer loyalty marketing mix is a stimulant and partial

In the study, there is one variable independent the marketing mix. As well as the dependent variable is customer loyalty. The method used is the method of analytic descriptions are processed by the IBM program SPSS 16.0 for Windows through a data collection tool in the study population as many as 2767 customers per month in Bandung Restaurant and Culinary Locomotive sample with a sample of 100 consumers sistemantyc random sampling. For the collection is done by using the technique of observation, interviews and questionnaires.

Based on the research results obtained that the relationship between marketing mix and customer loyalty in Bandung Culinary locomotive has a relationship / influence of 0.472. Marketing Mix has a strong positive significant effect on Consumer Loyalty in Bandung Culinary Locomotive and Recapitulation promotional marketing mix that point is in the position of the lowest scoring It also obtained the result that the promotion had the lowest scores on the level of consumer loyalty. This is because of the Bandung Restaurant Culinary locomotive because of the company is less active in the promotion of good conduct promotional activities undertaken in the print and electronic media, while the marketing mix determinati

on test that has an influence on consumer loyalty by 22.3% and the balance of 77.7% influenced by other factors not examined.

Keywords : Consumer Loyalty Marketing, Marketing Mix, Culinary Locomotive, Bandung.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu