

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DI MASALALU CAFE
DUREN SAWIT**

SKRIPSI

*Disusun untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata*



oleh:

Durrotul Hikmah

1705427

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG**

2021

DURROTUL HIKMAH, 2021

*PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI MASALALU CAFÉ
DUREN SAWIT*

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

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI MASALALU CAFÉ DUREN SAWIT

Oleh:
Durrotul Hikmah
1705427

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Durrotul Hikmah
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2021

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan
dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

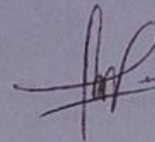
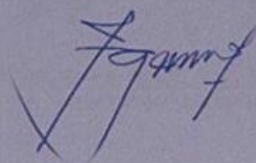
LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN LOYALITAS PELANGGAN DI
MASALALU CAFÉ DUREN SAWIT

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I

Pembimbing II



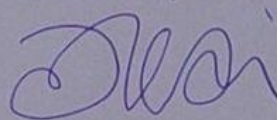
Agus Sudono, M.M.

NIP. 195906051985031004

Dias Pratami S.Pd., M.Si

NIP. 9202004.1991091.5.201

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par.

NIP.19700320.200812.2.001

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI MASALALU CAFE DUREN SAWIT

Durrotul Hikmah

1705427

Bauran pemasaran adalah faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel bauran pemasaran terhadap produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bentuk fisik yang mempunyai hubungan keterkaitan terhadap loyalitas pelanggan di Masalalu café Duren Sawit. Metode ini menggunakan metode kuantitatif analisis deskriptif dan verifikatif dengan populasinya adalah pengunjung Masalalu café Duren Sawit. Bauran pemasaran di Masalalu café Duren Sawit mempunyai 7 aspek yang harus diperhatikan karena mempengaruhi loyalitas pelanggan agar terus mempercayai Masalalu café.

Kata kunci : bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT
THE EFFECT OF MARKETING MIX ON CUSTOMER LOYALTY IN
MASALALU CAFE DUREN SAWIT

Durrotul Hikmah

1705427

Marketing mix is a factor that affects consumer loyalty. This study aims to determine the marketing mix variables on product, price, place, promotion, people, process and physical form that have a relationship with customer loyalty at Masalalu cafe Duren Sawit. This method uses descriptive quantitative analysis and verification methods with the population being visitors to the Masalalu Duren Sawit cafe. The marketing mix in the past of the Duren Sawit café has 7 aspects that must be considered because it affects customer loyalty so that they continue to trust Masalalu café.

Keywords: marketing mix and customer loyalty

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR BAGAN	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teoritis	8
2.1.1 Definisi Pariwisata	8
2.1.2 Pengertian Restoran	8
2.1.3 Pengertian 9	
2.1.4 Pengertian coffee Shop	9
2.2 Konsep Bauran Pemasaran	9
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.2.2 Produk (10	
2.2.3 Harga (11	
2.2.4 Lokasi (12	
2.2.5 Promosi (13	
2.2.6 Orang (14	
2.2.7 Bentuk Fisik (Physical Evidence)	14
2.2.8 Proses (14	
2.3 Konsep Loyalitas Pelanggan	14
2.3.1 Pengertian Loyalitas pelanggan	14
2.3.2 Tahapan Loyalitas Pelanggan	15
2.3.3 Faktor Loyalitas Pelanggan	15
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Kerangka Pemikiran	19
2.6 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.2	Metode Penelitian	21
3.3	Operasional Variabel	22
3.4	Populasi dan Sampel	25
3.4.1	Populasi	25
3.4.2	Teknik Sampling	26
3.4.3	Sampel	26
3.5	Alat dan Objek	27
3.6	Metode Pengumpulan Data	27
3.7	Teknik Pengumpulan Data	29
3.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	30
3.8.1	Uji Validitas	30
3.8.2	Uji Reliabilitas	35
3.9	Teknik Analisis Data dan Hipotesis	36
3.9.1	Analisis Deskriptif	37
3.9.2	Analisis Verifikatif	39
3.9.3	Uji Asumsi Klasik	39
3.9.4	Analisis Koefisien Korelasi	40
3.9.5	Koefisien Determinasi	40
3.10	Uji F (Uji Keberartian Regresi)	41
3.11	Uji T (Uji Keberartian Korelasi)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1	Sejarah 45	
4.1.2	Struktur Organisasi Masalalu Café Duren Sawit	44
4.2	Karakteristik Responden	44
4.2.1	Jenis Kelamin	44
4.2.2	Usia	45
4.2.3	Pendidikan	45
4.2.4	Domisili	46
4.2.5	Pekerjaan	46
4.2.6	Pendapatan per bulan	47
4.3	Pengalaman Responden	47
4.4	Hasil Tanggapan Responden Bauran Pemasaran	49

4.4.1	Tanggapan Hasil Responden Bauran Pemasaran Produk	49
4.4.2	Tanggapan Hasil Responden Bauran Pemasaran Harga	51
4.4.3	Tanggapan Hasil Responden Berdasarkan Tempat	52
4.4.4	Tanggapan Hasil Responden Berdasarkan Promosi	53
4.4.5	Tanggapan Hasil Responden Berdasarkan Proses	55
4.4.6	Tanggapan Hasil Responden Berdasarkan orang	56
4.4.7	Tanggapan Hasil Responden Berdasarkan Bukti Fisik	58
4.5	Hasil Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan	59
4.5.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap kesetiaan dalam pembelian	59
4.5.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap pengaruh negatif	61
4.5.3	Hasil Tanggapan Responden Terhadap	64
4.6	Uji normalitas	63
4.7	Uji Multikolinearitas	64
4.8	Uji	67
4.9	Hasil Analisis	67
4.9.1	Hasil Regresi Linear Berganda	66
4.9.2	Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi	67
4.10	Uji Signifikansi Simultan (Uji f)	68
4.11	Uji t (Parsial)	69
4.12	Pembahasan	70
Bab V	Kesimpulan Dan Saran	73
5.1	Simpulan	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN 1	KUESIONER PENELITIAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke DKI Jakarta tahun 2020 via Bandara Soekarno Hatta	2
Tabel 1. 2 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Berlaku dan Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Tahun 2018-2020 (Miliar Rupiah)	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	22
Tabel 3. 2 Data Pengunjung Masalalu Café 2020	25
Tabel 3. 3 Teknik Pengumpulan Data	29
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	32
Tabel 3. 5 Pedoman Interval Uji Reliabilitas	36
Tabel 3. 6 Reliability Statistics	36
Tabel 3. 7 Skala Likert	37
Tabel 3. 8 Penafsiran Persentase Responden	38
Tabel 3. 9 Kriteria Penafsiran Responden	38
Tabel 3. 10 Interpretasi Koefisien Determinasi	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 4. 8 Pengalaman Responden	47
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Produk	49
Tabel 4. 10 Tanggapan hasil responden harga	51
Tabel 4. 11 Tanggapan hasil responden berdasarkan tempat	52
Tabel 4. 12 Tanggapan hasil responden berdasarkan promosi	53
Tabel 4. 13 Tanggapan responden berdasarkan proses	55

Tabel 4. 14 Tanggapan responden berdasarkan orang	57
Tabel 4. 15 Tanggapan responden terhadap bukti fisik	58
Tabel 4. 16 Tanggapan responden terhadap kesetiaan dalam pembelian	60
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Negatif	61
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Referensi perusahaan	62
Tabel 4. 19 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	64
Tabel 4. 20 Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 21 Uji Heteroskedastisitas Gletser	65
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4. 24 Hasil Uji F	68
Tabel 4. 25 Hasil Uji T (Parsial)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Peta lokasi Masalalu café Duren Sawit	21
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Masalalu Café	43
Gambar 4. 2 Garis kontinum variabel produk	50
Gambar 4. 3 garis kontinum variabel harga	51
Gambar 4. 4 garis kontinum variabel tempat	53
Gambar 4. 5 gambar kontinum variabel promosi	54
Gambar 4. 6 garis kontinum variabel proses	56
Gambar 4. 7 garis kontinum variabel orang	58
Gambar 4. 8 garis kontinum variabel bukti fisik	59
Gambar 4. 9 variabel kesetiaan pada pembelian	60
Gambar 4. 10 garis kontinum variabel pengaruh negative	62
Gambar 4. 11 garis kontinum variabel referensi total	63

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Data penjualan Masalalu Cafe Duren Sawit	4
Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran	19
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Masa Lalu Cafe	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. G. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Perspektif Manajemen Pendidikan)*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Al-Debi, H. A., & Ashraf, M. (2014). The impact of services marketing mix 7P's in competitive advantage to five stars hotel—case study Amman, Jordan. *In The Clute Institute International Academic Conference. Orlando, Florida., 9(6), 611–618.*
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.3.002>
- Aldion, R. et al. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Buah Melon Golden (Cucumis Melo L) di PT. Mekar Unggul Sari, Bogor, Jawa Barat. *Journal of Agribusiness Science, 8(4).* <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v8i4.4715>
- Almuhzzi, H. M., & Alsawafi, A. M. (2017). Muslim perspectives on spiritual and religious travel beyond Hajj: Toward understanding motivations for Umrah travel in Oman. *Tourism Management Perspectives, 24, 235–242.*
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.016>
- Amilia, S., & Novianti, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 5(1), 459–468.*
- Badan Pusat Statistik Jakarta Timur (BPS). 2020. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Berlaku dan Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Tahun 2018- 2020 (Miliar Rupiah)[internet]. [Diacu 17 April 2021] tersedia dari <https://jaktimkota.bps.go.id/pressrelease/2021/04/13/42/pertumbuhan-ekonomi-jakarta-timur-tahun-2020.html>
- Benedict, I. (2020). Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur Pemesanan Makanan Di Prime Steak House Fine Dining Restoran JW Marriot Hotel Medan. *Jurnal Akomodasi Agung, VII, 1.*

<https://doi.org/https://doi.org/10.51827/jiaa.v7i2.52>

- Cristian, S. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1374>
- Darmono. (2015). Mengembangkan Pariwisata Indonesia Melalui Branding Kota. *Journal of Tourism and Creativity*. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.14383>
- Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif (Disparekraf). 2020. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2020 Via Bandara Soekarno-Hatta [internet]. [diacu 17 April 2021] tersedia dari <https://data.jakarta.go.id/dataset/data-jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-tahun-2020>
- Eka Agung, S. Y. (2013). Belajar dan Analisis Tuntas Statistika Berbasis Komputer.
- Faisal Matriadi, Teuku Edyansyah dan Saifuddin. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pupuk Urea Non Subsidi pada PT. Pupuk Iskandar Muda Provinsi Aceh. *Journal Of Economic Management & Business*, Vol. 14, No. 1.
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2015). *Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*. Deepublish.
- Huang, S. (Sam), Liu, Z., & Hsu, C. H. C. (2014). Customer Experiences with Economy Hotels in China: Evidence from Mystery Guests. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 23(3), 266–293. <https://doi.org/10.1080/19368623.2013.787919>
- Hurriyati, R. (2010). Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan. In *Pendidikan Manajemen Bisnis*.
- Jaelani, et al. (2016). Religious Heritage Tourism and Creative Economy in Cirebon: The Diversity of Religious, Cultures and Culinary. *Social and Administrative Sciences*, 3(1), 63–76. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia [KEMENKUMHAM], I. 2009. Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009

- Tentang Kepariwisataa[n] [internet]. [diacu 5 Juni 2021]
tersedian dari
[https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/medi
a/old_fi_le/4636_1364-UUTentangKepariwisataa\[n\]net1.pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/medi
a/old_fi_le/4636_1364-UUTentangKepariwisataa[n]net1.pdf)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (Pearsons (ed.); 16th ed.).
- Kushwaha, G. S., & Agrawal, S. R. (2015). An Indian customer surrounding 7P's of service marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 85–95.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.10.006>
- Luery, F. (2016). IBISWorld Industry Report UK0.019 Cafes & Coffee Shops in the UK, ibisworld Ltd.
- Lumintang, A. (2013). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lifebuoy Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 140–150.
<https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1950>
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahfoedz, I. 2005. “Metodologi Penelitian bidang Kesehatan, keperawatan dan Kebidanan”. Yogyakarta : Fitramaya.
- Marques, A., Lacerda, D. P., Camargo, L. F. R., & Teixeira, R. (2014). Exploring the relationship between marketing and operations: Neural network analysis of marketing decision impacts on delivery performance. *International Journal of Production Economics*, 153(1993), 178–190. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.02.020>
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. (2017). Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Oesman, Y. (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix CRM Customer Value dan Customer Dependency (Kasus pada Pemasaran Shopping Center)* (I. Alfabeta (ed.)).
- Othman, et al. (2018). Issues and Challenges Faced by Malaysian Umrah Travel Agencies in Providing Excellent Marketing Mix Services to

- Umrah Pilgrims. *The Journal of Social Sciences Research*, 611–618. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.3.002>
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). (Survei pada Konsumen Baker ' s King Donuts & Coffee di MX Mall Malang). *Administrasi Bisnis*, 37(1), 179–186.
- Praja, S. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Fanta PT Coca-Cola Amatil Indonesia Di Kota Semarang. *Ekonomi*.
- Priyastama, Romie. 2017. Buku Sakti Kuasai SPSS Pegolahan Data & Analisis Data. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.
- Salem, S., & Chaichi, K. (2018). Investigating causes and consequences of purchase intention of luxury fashion. *Management Science Letters*, 8(12), 1259–1272. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5267/j.msl.2018.10.001>
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: ANDI
- Sugiono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017 “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”, Bandung, Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Statistika Untuk Penelitian. Alfa Beta. Bandung. ISBN:978- 979- 8433-108.__2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. CV. Alfabeta. Bandung. ISBN : 979-8433-64-0.
- Sugiyono. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan 18. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2015“Metode Penelitian Manajemen” Edisi Keempat. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar bisnis (dasar-dasar ekonomi*
- Suryani, N. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan

- Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(3), 419.
<https://doi.org/10.32493/jjsdm.v2i3.3017>
- Tauke, P. Y., Murni, S., & Tulung, J. E. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate and Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015. *Jurnal EMBA*, 5(2303–1174), 919–927.
- Tjiptono, F. dkk. (2008). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.
- Utama, I. G. B. R., & SE, M. (2015). *Pengantar Industri Pariwisata*. Deepublish Wahab, N. A., Hassan, L. F. A., Shahid, S. A. M., & Maon, S. N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix And Customer Loyalty In Hijab Industry: The Mediating Effect Of Customer Satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 366–371.
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30138-1)
- Yarimoglu, E. K. (2014). A Review on Dimensions of Service Quality Models. *Journal of Marketing Management*, 2(2), 79–93.
- Zeithaml, V.A., & Bitner, M.J (2006). *Service Marketing* (4th ed.). New York: McGraw Hill, International Edition