

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
RM. SATE ANDA KOTA BEKASI**

SKRIPSI



**Oleh
Ade Farisa Adliyah
NPM: 41185009190015**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ade Farisa Adliyah

NPM : 41185009190015

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada RM. SATE ANDA Kota Bekasi”** adalah hasil karya penulis sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah pada perguruan tinggi atau lembaga manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya orang lain yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Bekasi, Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan



Ade Farisa Adliyah

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada RM. SATE ANDA Kota Bekasi
Nama : Ade Farisa Adliyah
NPM : 41185009190015
Program Studi : Agribisnis

Telah Diuji dalam Sidang Komprehensif
Pada Tanggal 31 Mei 2024

Menyetujui dan Mengesahkan,

Pembimbing.

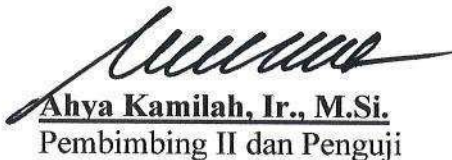
Penguji.



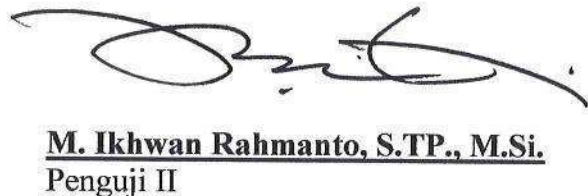
Dr. Nana Danapriatna, Ir., M.P.
Pembimbing I dan Penguji



Ridwan Lutfiadi, Ir., M.T.
Penguji I



Ahya Kamilah, Ir., M.Si.
Pembimbing II dan Penguji



M. Ikhwan Rahmanto, S.TP., M.Si.
Penguji II



Esi Asyani Listyowati, S.P., M.Sc.
Penguji III

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi
Agribisnis



Ahya Kamilah, Ir., M.Si.



Ismarani, S.Si., M.Si.

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA RM. SATE ANDA KOTA BEKASI

The Influence of Marketing Mix on Customer Satisfaction and Loyalty in RM. SATE ANDA Bekasi City

Ade Farisa Adliyah¹, Nana Danapriatna², Ahya Kamilah³

¹Mahasiswa Pembuat Skripsi, ²Pembimbing Pertama, ³Pembimbing Kedua
Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi
Jl. Cut Meutia No. 83 Bekasi 17113

ABSTRACT

RM. SATE ANDA is a satay restaurant business located in Bekasi City with its distinctive taste with the main specialty menu served is goat satay. This study aims to (1) determine the direct effect of the marketing mix on customer satisfaction RM. SATE ANDA Bekasi City, (2) determine the indirect effect of the marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable, and (3) determine the effect of customer satisfaction on customer loyalty. This study uses a survey method with the sampling technique used is a non-probability sampling technique with a convenience sampling method of 100 respondents with the criteria of having purchased the product at least twice. The analytical tool used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with the help of SmartPLS 3.2.8 software. The results of this study indicate that directly the variables of product, price, place, people, and process have a significant effect on customer satisfaction, while the variables of promotion and physical evidence have no significant effect on customer satisfaction. Indirectly, the variables of product, price, place, people, and process have a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable, while the variables of promotion and physical evidence have no significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Marketing mix, customer satisfaction, customer loyalty

ABSTRAK

RM. SATE ANDA merupakan usaha rumah makan sate yang berada di Kota Bekasi dengan cita rasanya yang khas dengan menu khas utama yang disajikan adalah sate kambing. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh langsung bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan RM. SATE ANDA Kota Bekasi, (2) mengetahui pengaruh tidak langsung bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, dan (3) mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling* sebanyak 100 orang responden dengan kriteria telah melakukan pembelian produk minimal dua kali. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.2.8.. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung variabel produk, harga, tempat, orang, dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel promosi dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara tidak langsung variabel produk, harga, tempat, orang, dan proses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, sedangkan variabel promosi dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan

pelanggan sebagai variabel intervening. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Bauran pemasaran, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada RM. SATE ANDA Kota Bekasi**”. Penyusunan skripsi ini tidak luput dari adanya doa, dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ahya Kamilah, Ir., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi sekaligus Dosen Pembimbing II dan Dosen Pembimbing Akademik Angkatan 2019 yang telah memberikan pengarahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Ismarani, S.Si., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Bapak Dr. Nana Danapriatna, Ir., M.P., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Is Zunaini Nursinah, Dra., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik Angkatan 2019 periode 2019-2023 yang telah memotivasi dan membimbing selama masa perkuliahan.
5. Bapak/Ibu Dosen serta Staf Tata Usaha Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan semangat dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
6. Ibu Tamih selaku penanggung jawab RM. SATE ANDA yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan baik informasi, waktu dan tempat untuk menjadikan RM. SATE ANDA sebagai tempat penelitian penulis.
7. Kedua orang tua yang telah berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis dan selalu memberikan kasih sayang, dukungan serta doa yang teramat tulus mengiringi setiap langkah yang penulis tempuh sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana.

8. Kakak, adik dan keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan dukungannya.
9. Teman-teman Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi khususnya Angkatan 2019 yang selama ini telah membantu serta selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi kepada penulis selama perkuliahan.
10. Muhamad Sandy Khoirun yang telah memberikan doa, motivasi serta dukungan yang tiada henti kepada penulis untuk selalu semangat dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Akan tetapi, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

Bekasi, Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	iii
RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK	vii
RINGKASAN	ix
LEMBAR PENGESAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
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	7
2.1 Sistem Agribisnis	7
2.2 Rumah Makan	8
2.3 Bauran Pemasaran	8
2.4 Perilaku Konsumen	15
2.5 Kepuasan Pelanggan	15
2.6 Loyalitas Pelanggan	16
2.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	17
2.6 Penelitian Terdahulu	18
2.7 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Metode Penelitian	21
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.4 Definisi Operasional	22

3.4.1	Variabel Eksogen atau Bebas (X)	23
3.4.2	Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)	24
3.4.3	Variabel Intervening atau Variabel Mediasi (Z)	24
3.5	Data dan Sumber Data	24
3.6	Pengujian Instrumen	25
3.6.1	Uji Validitas	25
3.6.2	Uji Reliabilitas	27
3.7	Analisis Data	28
3.7.1	Analisis Deskriptif	29
3.7.2	Skala Likert	29
3.7.3	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	29
3.8	Jadwal Penelitian	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Gambaran Umum Usaha	35
4.1.1	Profil Usaha RM. SATE ANDA	35
4.1.2	Struktur Organisasi	36
4.2	Karakteristik Responden	37
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	38
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	
Terakhir		39
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	40
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas	
Pembelian		41
4.3	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	41
4.3.1	Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	41
4.3.2	Validitas diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	43
4.3.3	<i>Composite Reliability</i>	45
4.4	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	46
4.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46

4.4.2 Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	46
4.4.3 Uji <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	47
4.5 Pengujian Hipotesis	47
4.5.1 Pengaruh Langsung Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan	47
4.5.2 Pengaruh Tidak Langsung Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	50
4.5.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	52
4.6 Pembahasan	52
4.6.1 Rekapitulasi Hasil Kuesioner	52
4.6.2 Pengaruh Langsung Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
4.6.3 Pengaruh Tidak Langsung Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	57
4.6.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	61
4.7 Implikasi Manajerial	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 2. Struktur Organisasi RM. SATE ANDA.....	36
Gambar 3. <i>Outer Model</i>	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan dan Cafe di Kota Bekasi Tahun 2017-2022.....	2
Tabel 2. Daftar Rumah Makan Sate di Sekitar RM. SATE ANDA	2
Tabel 3. Hasil Penjualan Sate Selama Satu Tahun Pada RM. SATE ANDA Kota Bekasi Tahun 2022	4
Tabel 4. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	18
Tabel 5. Operasional Variabel Independen/Bebas (X).....	23
Tabel 6. Operasional Variabel Dependen/Terikat (Y).....	24
Tabel 7. Operasional Variabel Intervening/Mediasi.....	24
Tabel 8. Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data	25
Tabel 9. Hasil Uji Validitas	26
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Lanjutan	27
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 12. Skala Likert.....	29
Tabel 13. Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	38
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
Tabel 20. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	41
Tabel 21. Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	43
Tabel 22. Nilai <i>Cross Loading</i>	43
Tabel 23. Nilai Fornell-Larcker	44
Tabel 24. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	45
Tabel 25. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
Tabel 26. Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q2)	46
Tabel 27. Uji Hipotesis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan	47

Tabel 28. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	50
Tabel 29. Uji Hipotesis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	52
Tabel 30. Tabulasi Hasil Kuesioner	52

Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada RM. SATE ANDA Kota Bekasi

ORIGINALITY REPORT

34%

SIMILARITY INDEX

33%

INTERNET SOURCES

20%

PUBLICATIONS

17%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	2%
2	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
3	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
4	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
5	locus.rivierapublishing.id Internet Source	1%
6	repository.its.ac.id Internet Source	1%
7	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
8	123dok.com Internet Source	1%
9	id.123dok.com Internet Source	1%