

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA BAKSO MARGARET PULOSARI
DI LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen



NUR LAILATUL QOMARIA

NIM. 214121720

**PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA BAKSO MARGARET PULOSARI
DI LUMAJANG**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas pelanggan pada Bakso Margaret Pulosari. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil adalah 80 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial produk, harga, dan proses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan promosi, tempat, orang dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun secara simultan produk, harga, promosi, tempat, proses, orang dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bakso Margaret Pulosari. Fungsi linier regresi berganda yang dihasilkan $Y = 7,084 + 0,292X1 + 0,342X2 + 0,096X3 - 0,050X4 + 0,349X5 - 0,287X6 - 0,020X7 + e$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 22,9% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen produk, harga, promosi, tempat, proses, orang dan bukti fisik, sedangkan sisanya yaitu 77,1% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti produk, harga, promosi, tempat, proses, orang dan bukti fisik sebagai faktor mempengaruhi loyalitas pelanggan, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode dan tempat penelitian yang berbeda.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Tempat, Proses, Orang, Bukti Fisik dan Loyalitas Pelanggan.

**EFFECT OF SERVICE MARKETING MIX TO CUSTOMER LOYALTY
BAKSO MARGARET PULOSARI IN LUMAJANG**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service marketing mix on customer loyalty to Margaret Pulosari Bakso. This research is a quantitative research by looking for relationship between two or more variables and causality. The sample is 80 people. sample technique used is Purposive Sampling.

The results of this study indicate that partially product, price, and process have a significant effect on customer loyalty, whereas promotion, place, person and physical evidence have no significant effect on customer loyalty. But simultaneously the product, price, promotion, place, process, people and physical evidence have a significant effect on customer loyalty to Margaret Pulosari Bakso. Multiple regression linear function generated $Y = 7,084 + 0,292X1 + 0,342X2 + 0,096X3 - 0,050X4 + 0,349X5 - 0,287X6 - 0,020X7 + e$. The result of determination coefficient shows that equal to 22,9% customer loyalty can be explained by independent variable of product, price, promotion, place, process, person and physical proof, while the rest is 77,1% customer loyalty influenced by other variable not examined in this research.

The limitation of this research is to examine only product, price, promotion, place, process, person and physical evidence as a factor influencing customer loyalty, while other variables that can influence customer loyalty are expected to be examined by next researcher in different period and place of research.

Keywords: Product, Price, Promotion, Place, Process, People, Physical Evidence and Customer Loyalty.