

**PENGARUH *MARKETING MIX* (4P) TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK *BRAND EXPAND* DI MATAHARI BLU PLAZA
BEKASI**

Skripsi diajukan untuk
Melengkapi persyaratan mencapai pada gelar Sarjana Manajemen

Oleh
Fivi Nur Fitri Ningsih
41183402160064



Program S-1
Jurusan Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *MARKETING MIX* (4P) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK *BRAND EXPAND* DI MATAHARI BLU PLAZA BEKASI

Tanggal: 18 Januari 2023

oleh

Fivi Nur Fitri Ningsih

NPM: 41183402160064

Disetujui,
Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *MARKETING MIX* (4P) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK *BRAND EXPAND* DI MATAHARI BLU PLAZA BEKASI

Tanggal: 25 Januari 2023

oleh

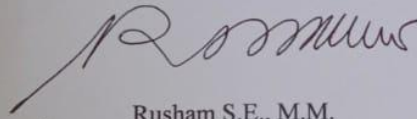
Fivi Nur Fitri Ningsih

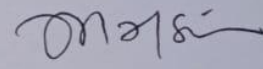
NPM: 41183402160064

Diuji oleh

Penguji I

Penguji II


Rusham S.E., M.M.


Ria Marginingsih S.E., M.B.A.

Mengetahui,
Pembimbing

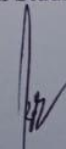


Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi
Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Ketua Program Studi Manajemen


Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fivi Nur Fitri Ningsih
NPM : 41183402160064
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh *Marketing Mix* (4P) Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Brand Expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka.

Apabila kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikat atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi yang berlaku.

Demikian Lembar Pernyataan ini saya buat dengan pertanggung jawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 25 Januari 2023

Yang Menyatakan,



Fivi Nur Fitri Ningsih

Scanned by TapScanner

ABSTRAK

Fivi Nur Fitri Ningsih (41183402160064)

Pengaruh *Marketing Mix* (4P) Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Brand Expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi.

xviii + 162 halaman + 3 gambar + 1 grafik + 4 diagram + 17 tabel + 20 lampiran

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Tempat, Loyalitas Pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan tempat terhadap loyalitas pelanggan produk *brand Expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan produk *brand Expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan diperoleh dari kuesioner dan pengambilan sampel kepada 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda yang dihitung dengan menggunakan program *Statistic Product and Service (SPSS)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Produk dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Brand Expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi. Namun untuk variabel Harga dan Tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengaruh produk, harga, promosi dan tempat secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk *brand Expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi 60,1 % sedangkan sisanya 39,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka: 47 (2003–2020)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum warohmatulla wabararakatuh

Alhamdulillah rabbil'aalamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Marketing Mix* (4P) Terhadap Loyalitas Pelanggan *Brand Expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi ”** dengan lancar.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi. Penulis skripsi ini dapat saya selesaikan tidak lepas dari bimbingan dan arahan yang diberikan dengan penuh kesabaran dan bantuan yang tulus dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Isti Pujiastuti, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, masukan dan perhatian kepada penulis sehingga termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M., selaku dosen penguji dan Ketua Program Studi Management S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah banyak memberikan arahan dan perhatian dalam proses pembuatan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen dan *Staff* Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan ilmu dan dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada kedua orang tua yang senantiasa dorongan, kasih sayang, serta doa yang tak henti-hentinya dipanjatkan untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini,

terimakasih juga kepada kakak saya Yanto dan Yanti yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti.

5. Kepada *My Support system* Muhammad Syaiful Islam yang selalu membantu mengingatkan dan memberikan banyak waktu serta perhatian untuk menyelesaikan beberapa masalah atau kendala yang terjadi dikala penulis sedikit menemukan kesulitan bahkan kejanggalan.
6. Kepada Ibu Metha Supervisor Ladies di Matahari Blu Plaza Bekasi yang telah memberikan saya kesempatan untuk mengurus penelitian saya di *brand Expand* Matahari Blu Plaza Bekasi.
7. Kepada Pak Faisal Purwadi dan Ibu Fifi Afifatul Fajriah serta rekan-rekan sekerja di Kaospolosbekasi.id yang telah memberikan saya kesempatan untuk mengurus penelitian saya selama saya bekerja di Kaospolosbekasi.id.
8. Kepada Kakak Durjana dan Abang tercinta, Kak Laily Fatimeh dan Bang Habil Rahmatullah yang memberikan semangat, dukungan dan doa disaat peneliti mengerjakan skripsi.
9. Kepada sahabat saya Komunitas Kaleng Aldo, Icham, Nopi, Febrima terimakasih telah memberikan canda dan tawa dikala peneliti lelah mengerjakan skripsi. Dan teruntuk anggota Kaleng Maria Ulfa terimakasih juga sudah banyak membantu mengarahkan peneliti saat mengerjakan skripsi.
10. Kepada sahabat saya Aa Rijal, Heru, Pani dan Lilis terimakasih telah memberikan support dukungan dan doa dikala peneliti sedang melaksanakan sidang.
11. Kepada Uhuy Family Sena, Dolla, Nopal dan Ayu yang selalu memberikan lelucon dan hiburan dikala penulis penat.
12. Kepada Reci Oktavia, Tyo yang sudah membantu, mengarahkan penulis dan keluarga besar Manajemen Shift B, serta Mahasiswa Manajemen Khususnya Angkatan Tahun 2016.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah.....	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Marketing</i>	12
2.1.1 <i>Pengertian Marketing</i>	12
2.1.2 <i>Pengertian Realitionsip Marketing</i>	12
2.1.3 <i>Tujuan Relationship Marketing</i>	14

2.2 Loyalitas Pelanggan	14
2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	14
2.2.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan	16
2.2.3 Pengukuran Loyalitas	17
2.2.4 Dimensi Loyalitas Pelanggan	18
2.3 <i>Marketing mix</i>	19
2.3.1 Pengertian <i>Marketing Mix</i>	19
2.4 Produk	20
2.4.1 Pengertian Produk	20
2.4.2 Dimensi Produk	21
2.4.3 Hubungan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.5 Harga	22
2.5.1 Pengertian Harga	22
2.5.2 Dimensi Harga	23
2.5.3 Hubungan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.6 Promosi	24
2.6.1 Pengertian Promosi	24
2.6.2 Dimensi Promosi	25
2.6.3 Hubungan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.7 Tempat/lokasi	26
2.7.1 Pengertian Tempat/Lokasi	26
2.7.2 Dimensi Tempat	27
2.7.3 Hubungan Tempat/Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.8 Peneliti Terdahulu	28

2.9 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.....	34
2.9.1 Hipotesis 1. Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35
2.9.2 Hipotesis 2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.9.3 Hipotesis 3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.9.4 Hipotesis 4. Pengaruh Tempat Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	40
3.3 Populasi Dan Sample Penelitian.....	40
3.4 Jenis dan Sumber Data	41
3.4.1 Data Primer.....	41
3.4.1 Data Sekunder	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Instrumen Penelitian.....	42
3.6.1 Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	42
3.6.2 Variabel Produk (X1)	43
3.6.3 Variabel Harga (X2).....	44
3.6.4 Variabel Promosi (X3)	44
3.6.5 Variabel Lokasi/Tempat (X4).....	45
3.7 Uji Kualitas Data	46
3.7.1 Uji Validitas.....	46
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.7.4 Uji Normalitas	47

3.7.5 Uji Multikolinearitas	47
3.7.7 Uji Heteroskedastisitas	47
3.8 Teknik Analisis Data	48
3.8.1 Teknik Analisis Data	48
3.8.2 Analisis Regresi Berganda	48
3.8.9 Analisis Koefisiensi Determinasi	49
3.9 Uji Hipotesis	49
3.9.1 Uji F (Uji Simultan)	49
3.9.2 Uji t (Uji Parsial)	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Sejarah <i>Brand Expand</i>	52
4.1.2 Karakteristik Profil Responden	52
4.2 Deskripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.2.1 Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	56
4.2.2 Validitas Variabel Produk (X1)	57
4.2.3 Validitas Variabel Harga (X2)	57
4.2.4 Validitas Variabel Promosi (X3)	58
4.2.5 Validitas Variabel Tempat (X4)	59
4.2.6 Uji Reliabilitas Variabel	60
4.3 Deskripsi Variabel	61
4.3.1 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	62
4.3.2 Deskripsi Variabel Produk (X1)	64
4.3.3 Deskripsi Variabel Harga (X2)	66

4.3.4 Deskripsi Variabel Promosi (X3).....	68
4.3.5 Deskripsi Variabel Tempat (X4).....	70
4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	72
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	74
4.5.1 Uji Normalitas.....	74
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	75
4.5.3 Uji Heteroskedasitas.....	76
4.6 Analisis Regresi Berganda.....	77
4.7 Uji Hipotesis.....	78
4.7.1 Uji Simultan (Uji F).....	78
4.7.2 Uji Parsial (Uji t).....	79
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2).....	81
4.8 Pembahasan.....	82
4.8.1 Pengaruh Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
4.8.2 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	83
4.8.3 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	83
4.8.4 Pengaruh Tempat terhadap Loyalitas Pelanggan.....	84
4.9 Kelemahan Penelitian.....	85
BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Bagi <i>Brand Expand</i> di Matahari Bluplaza Bekasi.....	87
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89

LAMPIRAN.....	94
---------------	----