

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT sang Maha Pencipta, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dengan izin-Nya skripsi dengan judul “**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Membeli Air Galon Merek Aer Qua Di Kota Pontianak**” ini dapat terselesaikan. Tidak lupa shalawat serta salam dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menjadi panutan setiap umat manusia dalam menempuh dan meraih kebahagiaan dunia dan akhirat. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan S-1 pada jurusan Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. H. Helman Fachri, SE. MM, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Samsuddin, SE. M,Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak, sekaligus Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, serta nasehat yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini dari awal sampai akhir.
3. Fenni Supriadi, SE, MM, selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, serta motivasi kepada peneliti dari awal sampai akhir dari penelitian ini.
4. H. Bukhari .A Rahman, selaku pemilik PD. Aer Qua serta karyawan-karyawan PD. Aer Qua yang telah memberikan izin serta turut membantu dalam penelitian ini.
5. Seluruh dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah membantu dan membimbing peneliti, selama menjadi mahasiswa sampai pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal baik dari semuanya mendapatkan balasan yang lebih baik dan banyak dari Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari betul bahwa masih jauh dari kata sempurna, dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang sifatnya membangun serta memotivasi peneliti lebih baik lagi sangat diharapkan untuk kesempurnaannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya yang tertarik pada pemasaran jasa.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pontianak, 23 oktober 2017

Peneliti

Tri Hariyanti

NIM: 121310382

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen membeli air galon merek Aer Qua di Kota Pontianak, dengan menggunakan metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli air galon merek Aer Qua, dengan sampel sebanyak 100 responden.

Hasil koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,503, artinya antara bauran pemasaran dan loyalitas konsumen terdapat hubungan yang kuat karena nilai intervalnya berada di 0,40-0,599. Hasil determinasi (R^2) sebesar 0,253 atau 25,3% loyalitas konsumen membeli air galon merek Aer Qua di kota Pontianak dipengaruhi oleh variabel bauran pemasaran, sedangkan sisanya yaitu sebesar 74,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan nilai F hitung 33,149 > F tabel 3,94 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen membeli air galon merek Aer Qua yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

Kata kunci: bauran pemasaran, loyalitas konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kerangka Pemikiran	9
G. Metode Penelitian	11
1. Bentuk Penelitian	11
2. Teknik Pengumpulan Data	11
3. Populasi dan Sampel	13
4. Variabel Penelitian	14
5. Skala Pengukuran	15
6. Analisis Data	16

BAB II. LANDASAN TEORI	21
A. Pengertian Pemasaran	21
B. Manajemen Pemasaran	22
C. Bauran Pemasaran	22
1. Produk	23
2. Harga	24
3. Promosi	26
4. Tempat	28
D. Loyalitas Konsumen	29
E. Karakteristik Loyalitas pelanggan	30
F. Tahapan Loyalitas	30
G. Jenis-jenis Loyalitas	31
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	33
A. Sejarah Singkat Perusahaan	33
B. Struktur Organisasi	33
C. Aspek Produksi	36
D. Aspek Pemasaran	40
E. Aspek Tenaga Kerja	43
F. Aspek Keuangan	44
G. Jam Operasional	45
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
A. Karakteristik Responden	46
B. Uji Instrumen	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	51

C. Analisis Regresi Linier Sederhana	53
D. Koefisien Korelasi (R)	54
E. Koefisien Determinasi (R^2)	55
F. Pengujian Kelayakan Model (Uji F)	56
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pelanggan	3
Tabel 1.2 Volume Penjualan Air Galon	4
Tabel 1.3 Target Penjualan Air Galon	5
Tabel 1.4 Jenis Promosi dan Jumlah Biaya Promosi	6
Tabel 1.5 Skor Pertanyaan Responden	15
Tabel 1.6 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	18
Tabel 3.1 Jumlah Karyawan	44
Tabel 4.1 Umur Responden	46
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.3 Status Perkawinan Responden	47
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	48
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.6 Pendapatan Responden	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Y	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	52
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana	53
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Sederhana (R)	55
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji F	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	11
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	34
Gambar 3.2 Merek	41
Gambar 3.3 Saluran Distribusi	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	61
Lampiran 2. Identitas Responden	64
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Bauran Pemasaran (X)	68
Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Bauran Pemasaran (Y)	71
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran (X)	74
Lampiran 6. Hasil Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	75
Lampiran 7. Hasil Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	76
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y)	77
Lampiran 9. Hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana	78
Lampiran 10. Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)	79
Lampiran 11. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	80
Lampiran 12. Daftar Laik Sehat	81