

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN RESTORAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI *BOURJUIS CAFÉ***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Soegijapranata



Rahardian Adhitya Nugraha

15.D1.0129

606275

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Pengaruh Bauran Pemasaran Restoran Terhadap Loyalitas Pelanggan Di
Bourjuis Café Kendal

Diajukan oleh : Rahardian Adhitya Nugraha

NIM : 15.D1.0129

Tanggal disetujui : 07 April 2020

Telah setuju oleh

Pembimbing : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Penguji 1 : Dr. Retno Yustini M.Si.

Penguji 2 : Drs. R. Bowo Harcahyo M.B.A.

Penguji 3 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Dr. Oct. Digdo Hartomo S.E., M.Si.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=15.D1.0129

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahardian Adhitya Nugraha

NIM : 15.D1.0129

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Restoran terhadap Loyalitas Pelanggan di *Bourjuis Cafe Kendal*” adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 8 Mei 2020

Vera menyatakan,

METERAI
TEMPEL

Tgl. 20
.85C43AHF386347189

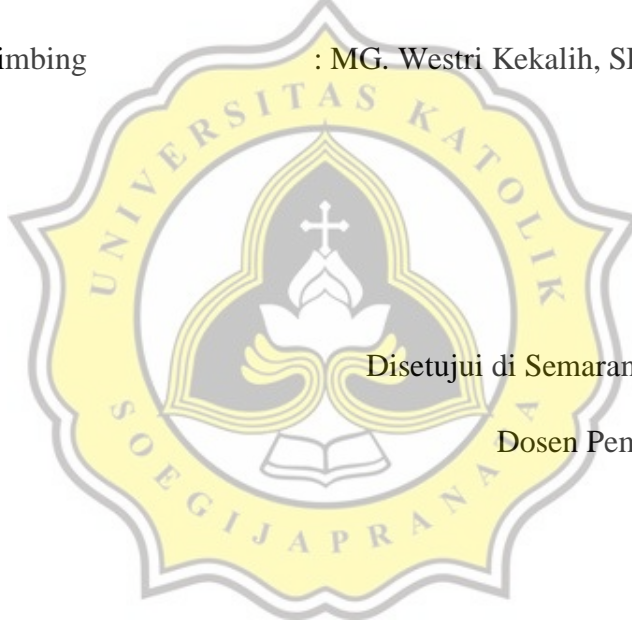
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Rahardian Adhitya Nugraha

15.D1.0129

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Rahardian Adhitya Nugraha
Nomor Induk Mahasiswa : 15.D1.0129
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Proposal : **Pengaruh Bauran Pemasaran Restoran Terhadap Loyalitas Pelanggan di *Bourjuis Café***
Dosen Pembimbing : MG. Westri Kekalih, SE, ME



Disetujui di Semarang, 28 Februari 2020

Dosen Pembimbing,

(MG. Westri Kekalih S, SE., ME)

KATA PENGANTAR

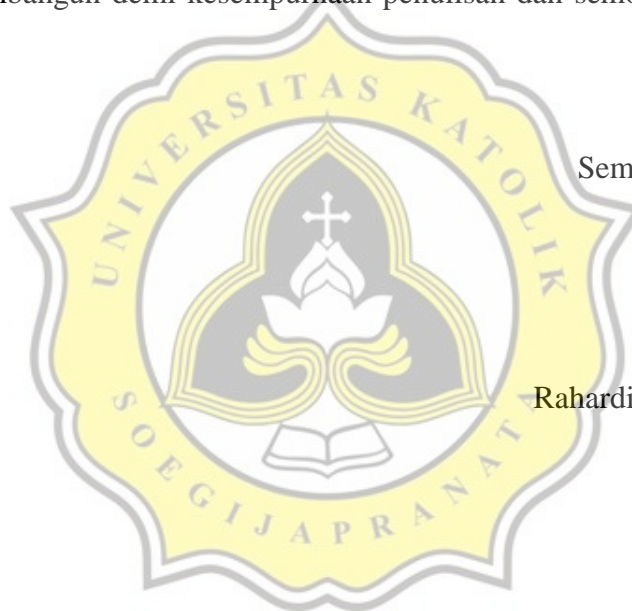
Puji dan syukur kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan kasih karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di *Bourjouis Cafe*”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Katolik Soegijapranata Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak, untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT karena berkat campur tangan-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi.
2. Keluarga penulis ini yaitu Bapak HM Aminudin, Ibu Asrifah, Dimas Pramudya Wardana, Reza Pahlevi, dr. Hartanti, Septanti Ratna Prawesti, Denaya, Marsha dan Arkana yang telah memberikan dukungan doa, materi, moral, dan semangat kepada penulis untuk terus berusaha dan tetap menjaga semangat penulis dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi ini.
3. Yth. Bapak Dr. Octavianus Digdo Hartomo, SE., M.Si., Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.
4. Yth. Ibu Dr. Widuri Kurniasari, SE., M.Si selaku dosen wali dan Kepala Progdil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
5. Yth. Ibu MG. Westri Kekalih S, SE., ME selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing peneliti hingga dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir dengan baik.
6. Yth. Ibu Dr. Retno Yustini, M.Si dan Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku tim dosen penguji skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis terutama program studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu dari awal perkuliahan hingga penghujung perkuliahan.
8. Manajemen *Bourjouis Cafe*, Ir. Abu Hanifa, Abi Daulah, Triyo Setiyo, Galih Adhi.

9. Teman dan sahabat penulis terutama Bagas, Golby, Yosi, Erika, Tommy, Assifa, Niko, Vianney, Dali, Nickolas, Karmelita, Sirilus, Ferdi, keluarga besar Wadah Seni Mahasiswa, dan yang lain tidak sempat saya tuliskan, yang membantu penulis dalam segala hal apapun.

10. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dan semoga bermanfaat bagi kita semua.



Semarang, 4 Maret 2020

Rahardian Adhitya Nugraha

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahardian Adhitya Nugraha

NIM : 15.D1.0129

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive-Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di *Bourjuis Café*”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 4 Maret 2020

Yang menyatakan

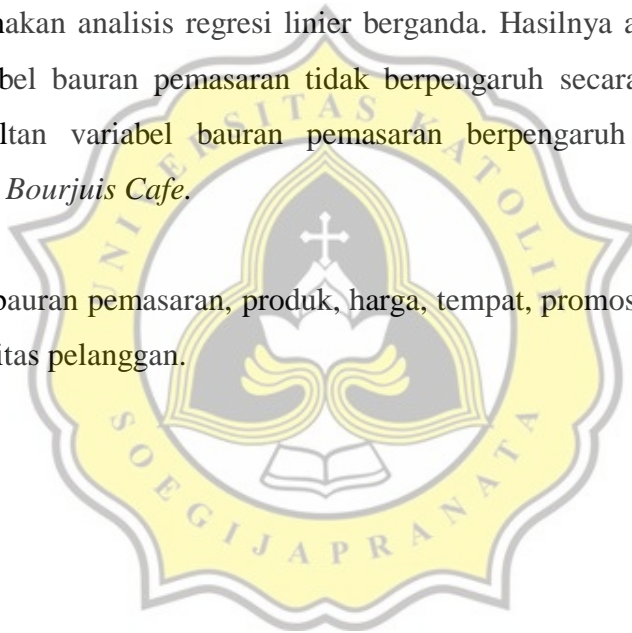


Rahardian Adhitya Nugraha

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses) terhadap loyalitas pelanggan di *Bourjuis Cafe*, melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden. Sampel ditentukan secara *purposive sampling*. Responden dipilih dengan kriteria membeli minimal satu produk makanan atau minuman dan dimakan atau diminum di *Bourjuis Café* dan pernah mengunjungi *Bourjuis Café* minimal 2 kali. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasilnya adalah secara parsial variabel bauran pemasaran tidak berpengaruh secara signifikan, namun secara simultan variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di *Bourjuis Cafe*.

Kata kunci: bauran pemasaran, produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses, loyalitas pelanggan.



ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of marketing mix (product, price, place, promotion, people, physical evidence and process) in consumer loyalty at Bourjuis Cafe, by distributing 96 questionnaires. The sample is determined by purposive sampling. The respondents were selected with the criteria of buying at least one food or beverage product and eating or drinking at Bourjuis Café, and have visited Bourjuis Cafe at least 2 times. This research used quantitative with data processing techniques used multiple linear regression method. The results shows that partially marketing mix did not significantly influences, but simultaneously the marketing mix has influences to consumer loyalty at Bourjuis Cafe.

Keywords: marketing mix, product, price, place, promotion, people, physical evidence, process, consumer loyalty.

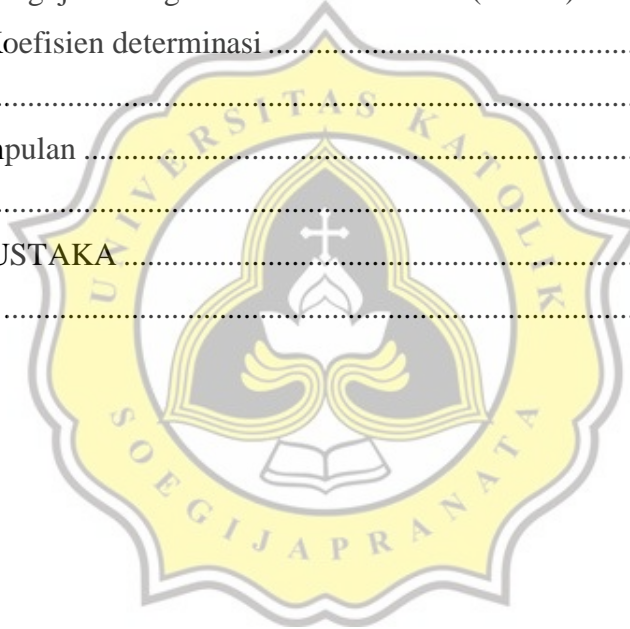


DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
Tujuan Penelitian.....	6
Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.1 Produk.....	7
2.1.2 Harga.....	8
2.1.3 Tempat (saluran distribusi).....	9
2.1.4 Promosi.....	9
2.1.5 Orang (<i>People</i>).....	12
2.1.6 Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	13
2.1.7 Proses.....	13
2.2 Loyalitas pelanggan.....	16
2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	17
2.4 Hipotesis Penelitian.....	18
2.5 Definisi Operasional.....	18

2.5.1	Produk.....	18
2.5.2	Harga.....	19
2.5.3	Tempat (Saluran Distribusi).....	20
2.5.4	Promosi	20
2.5.5	Orang (People).....	21
2.5.6	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	21
2.5.7	Proses	22
2.6	Loyalitas pelanggan.....	22
BAB III METODE DAN PENELITIAN		24
3.1	Obyek dan Lokasi Penelitian.....	24
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampling	24
3.3	Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.4	Skala Pengukuran Data.....	25
3.5	Uji Validitas dan Realiabilitas.....	26
3.6	Alat Analisis Data.....	29
3.6.1	Analisis Deskriptif	29
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
3.6	Uji Hipotesis.....	31
BAB IV		33
4.1	Gambaran Umum Responden	33
4.1.1	Responden Berdasarkan Usia	33
4.1.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
4.1.4	Gambaran Umum Berdasarkan Domisili.....	35
4.1.5	Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Usia-Pekerjaan	36
4.1.6	Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Pekerjaan-Penghasilan	37
4.1.7	Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Usia-Pengeluaran	38
4.1.8	Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Datang Dengan Siapa-Tahu Dari Mana	39
4.2.	Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran	40
4.2.1	Persepsi Bauran Produk	40
4.2.2	Persepsi Bauran Harga.....	41

4.2.3	Persepsi Bauran Tempat	42
4.2.4	Persepsi Bauran Promosi	43
4.2.5	Persepsi Bauran People.....	44
4.2.6	Persepsi Bauran Physical Evidence	45
4.2.7	Persepsi Bauran Proses	46
4.3	Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas pelanggan.....	47
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.4.1	Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	48
4.4.2	Pengujian Pengaruh Secara Parsial (T-Test)	50
4.4.3	Pengujian Pengaruh Secara Stimultan (F-Test).....	50
4.4.4	Koefisien determinasi	51
BAB V	53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Minuman di <i>Bourjuis Café</i>	3
Tabel 1.2 Penjualan Makanan di <i>Bourjuis Café</i>	4
Tabel 3.1 Uji Validitas Bauran Pemasaran.....	27
Tabel 3.2 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	28
Tabel 3.3 Uji Realiabilitas Bauran Pemasaran & Loyalitas Pelanggan.....	29
Tabel 4.1 Usia Responden.....	33
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	34
Tabel 4.4 Domisili.....	35
Tabel 4.5 Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Usia-Pekerjaan.....	36
Tabel 4.6 Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Pekerjaan-Penghasilan.....	37
Tabel 4.7 Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Usia-Pengeluaran.....	38
Tabel 4.8 Crosstab (Tabulasi Silang) Antara Datang Dengan Siapa-Tahu dari mana.....	39
Tabel 4.9 Analisa Deskriptif Variabel Bauran Produk.....	40
Tabel 4.10 Analisa Deskriptif Variabel Bauran Harga.....	41
Tabel 4.11 Analisa Deskriptif Variabel Bauran Tempat.....	42
Tabel 4.12 Analisa Deskriptif Variabel Bauran Promosi.....	43
Tabel 4.13 Analisa Deskriptif Variabel Bauran People.....	44
Tabel 4.14 Analisa Deskriptif Variabel Bauran Physical Evidence.....	45
Tabel 4.15 Analisa Deskriptif Variabel Bauran Proses.....	46

Tabel 4.16 Analisa Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	47
Tabel 4.17 Uji Regresi Berganda & Uji T.....	48
Tabel 4.18 Uji F.....	51
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinasi.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Gap Kualitas Jasa.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	58
Lampiran 2 Data Responden.....	65
Lampiran 3 Tanggapan Responden Variabel Bauran Produk.....	70
Lampiran 4 Tanggapan Responden Variabel Bauran Harga.....	73
Lampiran 5 Tanggapan Responden Variabel Bauran Tempat.....	76
Lampiran 6 Tanggapan Responden Variabel Bauran Promosi.....	79
Lampiran 7 Tanggapan Responden Variabel Bauran Orang.....	82
Lampiran 8 Tanggapan Responden Variabel Bauran <i>Physical Evidence</i>	85
Lampiran 9 Tanggapan Responden Variabel Bauran Proses.....	88
Lampiran 10 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Konsumen.....	91
Lampiran 11 Hasil Analisis Data.....	94

