

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA 7P TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN URBAN PLUS COFFEE & KITCHEN SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Oleh :

SEPTIKA SUKMA NINGRUM

NIM : 17.D1.0177

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

**2024**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA 7P TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN URBAN PLUS COFFEE & KITCHEN SEMARANG**

**SKRIPSI**



Oleh :

SEPTIKA SUKMA NINGRUM

NIM : 17.D1.0177

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

**2024**

## ABSTRAK

Bauran pemasaran adalah strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan. Loyalitas konsumen adalah sikap yang mendorong seseorang untuk membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan elemen perasaan. Urban Plus harus mampu menggabungkan berbagai jenis pemasaran serta mempertimbangkan bagaimana pelanggan menilai jasa yang ditawarkan perusahaan sehingga pelanggan tidak akan menggunakan jasa perusahaan lain. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data tentang pengaruh bauran pemasaran jasa 7p terhadap loyalitas pelanggan Urban Plus Coffee & Kitchen. Sampel 100 responden yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria penetapan sampel, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan khusus. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel bauran pemasaran jasa 7p seluruh variabel secara statistik terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen, namun hasil secara simultan atau bersama-sama bauran pemasaran jasa 7p berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Urban Plus Coffee & Kitchen. Secara deskriptif bauran pemasaran 7p mendapat tanggapan dengan skor rata-rata tinggi dari responden. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mempertahankan semua kondisi pada segala indikator bauran pemasaran jasa 7p dan terus melakukan inovasi karena selera konsumen yang mengalami perubahan. Pertahankan adanya kegiatan *live music*, selama untuk tersebut menjadi faktor penentu loyalitas konsumen untuk datang ke perusahaan.

*The marketing mix is a strategy related to the company's marketing activities. Consumer loyalty is an attitude that encourages someone to buy products or services from a company that includes an element of feeling. Urban Plus must be able to combine various types of marketing and consider how customers assess the services offered by the company so that customers will not use the services of other companies. This study uses a questionnaire to collect data on the effect of the 7p service marketing mix on Urban Plus Coffee &*

*Kitchen customer loyalty. The sample of 100 respondents used in this study met the sample determination criteria, namely sampling techniques with special considerations. Based on the partial results of the research, the 7p service marketing mix variable all variables are statistically proven to have no significant effect on consumer loyalty, but the results simultaneously or together the 7p service marketing mix affects consumer loyalty at Urban Plus Coffee & Kitchen. Descriptively the 7p marketing mix received a response with a high average score from respondents. Therefore, companies are advised to maintain all conditions on all indicators of the 7p service marketing mix and continue to innovate due to changing consumer tastes. Maintain the existence of live music activities, as long as it is a determining factor for consumer loyalty to come.*

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Loyalitas Konsumen

Keywords: Service Marketing Mix, Consumer Loyalty

