



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DALAM PEMBELIAN ULANG
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TEH KOTAK MELATI ULTRAJAYA
DI KOTA JEMBER**

***THE INFLUENCE OF MIXED MARKETING IN REBUYING AND
THE IMPACTS TOWARD CLIENTS OF TEH KOTAK MELATI
ULTRAJAYA LOYALTY IN JEMBER***

SKRIPSI

Oleh

**Cendana Puspita Wangi
NIM. 090810201128**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2013**



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DALAM PEMBELIAN ULANG
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TEH KOTAK MELATI ULTRAJAYA
DI KOTA JEMBER**

***THE INFLUENCE OF MIXED MARKETING IN REBUYING AND
THE IMPACTS TOWARD CLIENTS OF TEH KOTAK MELATI
ULTRAJAYA LOYALTY IN JEMBER***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Cendana Puspita Wangi
NIM. 090810201128

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2013**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Cendana Puspita Wangi
NIM : 090810201128
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pembelian Ulang
Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Kotak
Melati Ultrajaya Di Kota Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 19 Februari 2013

Yang menyatakan,



Cendana Puspita Wangi
NIM. 090810201128

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN DALAM
PEMBELIAN ULANG SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TEH
KOTAK MELATI ULTRAJAYA DI KOTA JEMBER

Nama Mahasiswa : Cendana Puspita Wangi

NIM : 090810201128

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 13 Februari 2013

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE, M. Si
NIP. 19591013 198802 1 001

Dr. Nurhayati, SE, MM
NIP.19610607 198702 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr.Hj. Istifadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN DALAM PEMBELIAN ULANG
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TEH KOTAK MELATI ULTRAJAYA
DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : **Cendana Puspita Wangi**

NIM : **090810201128**

Jurusan : **Manajemen**

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

19 Februari 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si : (.....)
NIP. 19670421 199403 1 008

Sekretaris : Dr. Nurhayati, SE, MM : (.....)
NIP. 19610607 198702 2 001

Anggota : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si : (.....)
NIP. 19591013 198802 1 001



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Mohammad Fathorrazi, S.E, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Untuk anugerah terindah dalam hidupku:

1. Ibunda... Tri Yuliani.
Darinya aku belajar kesabaran yang tiada batasnya.
Semoga Allah menyayangi dan melindungimu selalu.
2. Ayahanda ... Nugroho Waspodo, SH.
Yang selalu mengajarkan arti sebuah usaha dan kerja keras dalam kehidupan ini. Semoga Allah memberikan rahmad, hidayah dan menjagamu selalu.
3. Untuk adik-adikku tersayang Dwiani Puspita Ningrum dan Muhammad Bagus Teguh Hamdani. Besok kalian harus lebih hebat dari apa yang Kak Angi lakukan.
4. Bapak-ibu guru...Dosen...
5. Dan sahabat-sahabatku yang terbaik...

MOTTO

مَا خَرَجَ رَجُلٌ مِنْ بَيْتِهِ يَطْلُبُ عِلْمًا إِلَّا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

Seseorang yang keluar dari rumahnya untuk menuntut ilmu niscaya akan Allah
mudahkan baginya jalan menuju surga
(Shahih Al-Jami)

Hidup ini adalah pilihan. Aku memilih menjadi orang yang bahagia
(Cendana)

Ketika akal berbisik ”Menyerahlah”, Pengharapan berkata “Cobalah Lagi”, ketika
dunia berkata “Tidak Mungkin”, Tuhan berkata “ Engkau Pasti Bisa!”
(Cendana)

Sukses adalah hasil kerja keras, belajar, berfikir dan membuat rencana.
(Azwar Siregar, 1989 : 28)

RINGKASAN

Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Pembelian Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Kotak Melati Ultrajaya di Kota Jember; Cendana Puspita Wangi; 090810201128; 2013; 59 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Persaingan dalam industri teh kemasan saat ini berubah sangat cepat. Kondisi tersebut berhadapan pula dengan industri sejenis dengan tingkat persaingan yang semakin tajam dipasar domestik maupun internasional. Masing-masing industri teh berlomba untuk menarik pelanggan. Salah satu perusahaan dalam bidang pengadaan teh adalah PT Ultrajaya, Tbk saat ini merupakan salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang menghasilkan produk-produk teh dalam kemasan aseptik yang tahan lama. Teh Kotak Ultrajaya adalah salah satu produk yang menjadi kebanggaan sebab Teh Kotak Ultrajaya mengandung semua gizi penting yang dibutuhkan bagi semua kalangan dan Teh Kotak Ultrajaya adalah pioner teh dalam kemasan aseptik dan melalui teknologi UHT (*Ultra High Temperature*).

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Teh Kotak Melati Ultrajaya di Jember. Sampel yang dipilih sebanyak 120 responden yang tersebar di tiga kecamatan, yaitu kecamatan Patrang, Sumpalsari dan Kaliwates. Teknik penentuan pengambilan sampelnya adalah dengan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh langsung dan signifikan. Bauran pemasaran berpengaruh terhadap pembelian ulang, bauran pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan pembelian ulang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari ketiga variabel tersebut pembelian ulang yang berpengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut dapat dilihat dalam pengujian koefisien jalur.

SUMMARY

The Influence of Mixed Marketing in Rebuying Products and The Impacts Toward Clients of Teh Kotak Melati Ultrajaya Loyalty in Jember: Cendana Puspita Wangi: 090810201128: 2013: 59 pages: Manajemen Major Economics Faculty Jember University.

Rivalry in boxed tea industry currently has changed rapidly. That condition is also facing the same kind industry with higher rivalry in domestic or international market. Every tea industry is competing to attract the clients. One of companies in tea supplying sectors is PT Ultrajaya, Tbk that is currently becoming the biggest company produces tea in the antiseptic durable boxed. Teh Kotak Ultrajaya is one of favourite products because Teh Kotak Ultrajaya contains all important nutrient that is needed by people and Teh Kotak Ultrajaya is tea in antiseptics boxed pioneer that is processed by UHT (*Ultra High Temperature*).

Population of this research is Teh Kotak Melati Ultrajaya clients in Jember. Sample is chosen to the number of 120 respondent that spread in three subdistricts, Patrang subdistricts, Sumber Sari subdistricts, at Kaliwates subdistricts. Technique of determining sample is using *purposive sampling*. *Structural Equation Modelling* (SEM) is used as Method of analyzing data. The result of research shows that the three variables have direct influence and significance. Mixed marketing influences toward rebuying, then mixed marketing influences client loyalty and rebuying influences clients loyalty. Based on the three variables, rebuying has high influence toward client loyalty. The result can be looked in the path coefficient testing.

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor kealpaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini. Skripsi ini tentu tidak akan berjalan sebagai mana mestinya tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada:

1. Bapak Dr.M.Fathorrosi SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr.Istifadah. SE.,M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Imam Suroso, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan segenap kesabaran dalam membimbing, mengarahkan, memberikan informasi, saran, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini .
4. Dr. Nurhayati, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan bimbingan serta segenap kesabaran dan perhatian hingga dapat terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta mama TriYuliani, ayah Nugroho Waspodo, SH dan adik-adikku tersayang Arum dan Dani, kemudahan dalam perjalanan ini adalah berkat doa dari kalian, semangat ini ada ketika mengingat harapan kalian, kebahagiaan ini ada karena keikhlasan dan ketulusan kalian. Terima kasih untuk semua dukungan moril dan materiil, juga jasa yang takkan terbalaskan,

cinta dan sayang yang sangat berharga. Mama, ayah bantu Wangi untuk dapat membahagiakan kalian berdua juga keluarga.

6. Keluarga Besar Pranggono, Ir. Suherlan (sekeluarga), Tjatur Waskito Putro, SH.(sekeluarga), Drs. Bagus Prabowo, Langgeng Wibawanto, SE, Bunda, te Wiwin, mbahku Ajeng Puspita Wulandari, SH, Imam Setyadi, SH, Putri Puspita Wardani, SE, kak Sari, Rama, Putra, ponakanku tergenit “Tyo” dan Keluarga besar Kakung Satro yang jauh disana.
7. Teristimewa untuk Raliie Karya Agriawan, SE. (dosbing III, penuh kesabaran membimbingku, skripsi ini terselesaikan berkat bantuanmu mulai awal sampai akhir. Saky Nur fitri, Letoy sahabat seperjuanganku terima kasih selalu menyemangatiku, kamulah orang yang selalu bersamaku diakhir masa perkuliahku ini. Nina Kurnia Dewi, dek bro kamu selalu mengerti aku, kamu selalu setia menunggu aku dimobil tua dan Adi Setia Putra terimakasih canda tawanya mas bro.You are Awesome...
8. Terhebat Lutfi Firdaus, Yuni, Ririn, Intan, Miu, Yanti, Eenk, Fika, Erma, Vira, Ulik, pakde Aan, Mirna, Durrot, Icha terima kasih atas segala ketulusan untuk membantu, memotivasi, serta menjadi yang senantiasa selalu memberikan saran, doa, waktu bahkan curahan keringat untukku. Kalian adalah yang terbaik. You are My Everyting...
9. Semua teman Manajemen 09, cemungut sampek imut ya buat kalian. Makasih atas semua bantuan dan doa. Makasih sudah membuat hidupku jauh lebih berwarna.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 19 Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teoritis	7
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.2 Pembelian Ulang.....	8
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.4 Keterkaitan Bauran Pemasaran Terhadap Pembelian Ulang dan Loyalitas Pelanggan	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	16
2.4 Hipotesis Penelitian	18

BAB 3. METODE PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Populasi dan Sampel	19
3.2.1 Populasi.....	19
3.2.2 Sampel.....	19
3.3 Jenis dan Sumber Data	21
3.3.1 Data Primer	21
3.3.2 Data Sekunder.....	21
3.4 Identifikasi Variabel	22
3.5 Definisi Operasional Variabel	22
3.5.1 Bauran Pemasaran (X1)	22
3.5.2 Pembelian Ulang (Y1)	23
3.5.3 Loyalitas Pelanggan (Y2)	25
3.6 Skala Pengukuran	25
3.7 Uji Instrumen	25
3.7.1 Uji Validitas	25
3.7.2 Uji Reliabilitas	26
3.8 Analisis Data	27
3.8.1 Uji Asumsi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	27
3.8.2 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	28
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	33
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
2.4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	35
2.4.2 Gambaran Umum Teh Kotak Melati Ultrajaya	36
2.4.3 Gambaran Umum Wilayah Penelitian	37
2.4.4 Karakteristik Responden.....	38
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	40
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	43
4.4 Analisis Data	45
4.4.1 Uji Asumsi SEM	45

4.4.2	Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	47
4.4.3	Pengaruh Antar Variabel.....	51
4.5	Pembahasan	53
4.5.1	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pembelian Ulang.....	54
4.5.2	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	55
4.5.3	Pengaruh Pembelian Ulang Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	56
4.6	Keterbatasan Penelitian	57
BAB 5.	KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	15
3.1 Rincian Keterangan Jumlah Penduduk Kota Jember.....	21
3.2 Rincian Perhitungan Sampel.....	21
3.3 Persamaan Struktural Penelitian	31
3.4 Uji kesesuaian Model	32
4.1 Kepadatan Penduduk Berdasarkan Luas Hasil SP2010 di Kota Jember.....	38
4.2 Usia Responden Konsumen Teh Kotak Melati Ultrajaya.....	38
4.3 Status Pekerjaan.....	39
4.4 Jumlah Pembelian.....	40
4.5 Penilaian Responden Pada Bauran Pemasaran	40
4.6 Penilaian Responden Pada Pembelian Ulang	42
4.7 Penilaian Responden Pada Loyalitas Pelanggan	42
4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Bauran Pemasaran (X1)..	44
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Pembelian Ulang (Y1)....	44
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Loyalitas Pelanggan (Y2)	45
4.11 <i>Assessment Of Normality</i>	46
4.12 Indeks Kesesuaian SEM	49
4.13 Hasil Pengujian Kausalitas	49
4.14 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	51
4.15 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	52
4.16 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten.....	52
4.17 Pengaruh Total Antar Variabel Laten.....	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	17
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	33
4.1 Hasil Diagram Jalur	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	63
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden	69
Lampiran 3. Distribusi Karakteristik Responden	75
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Eksogen dan Endogen	86
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	90
Lampiran 6. Uji Asumsi SEM	93