



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Kasus pada Pelanggan dalam Melakukan Pembelian Pulsa di
Konter AA CELL Jalan Sumatra No 161 Jember Tahun 2008)**

SKRIPSI

Oleh:

WINARTI

NIM. 030210301321

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2008



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Kasus pada Pelanggan Dalam Melakukan Pembelian Pulsa di
Konter AA CELL Jalan Sumatra No. 161 Jember Tahun 2008)**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana
Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS (S1)
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh:

WINARTI

NIM. 030210301321

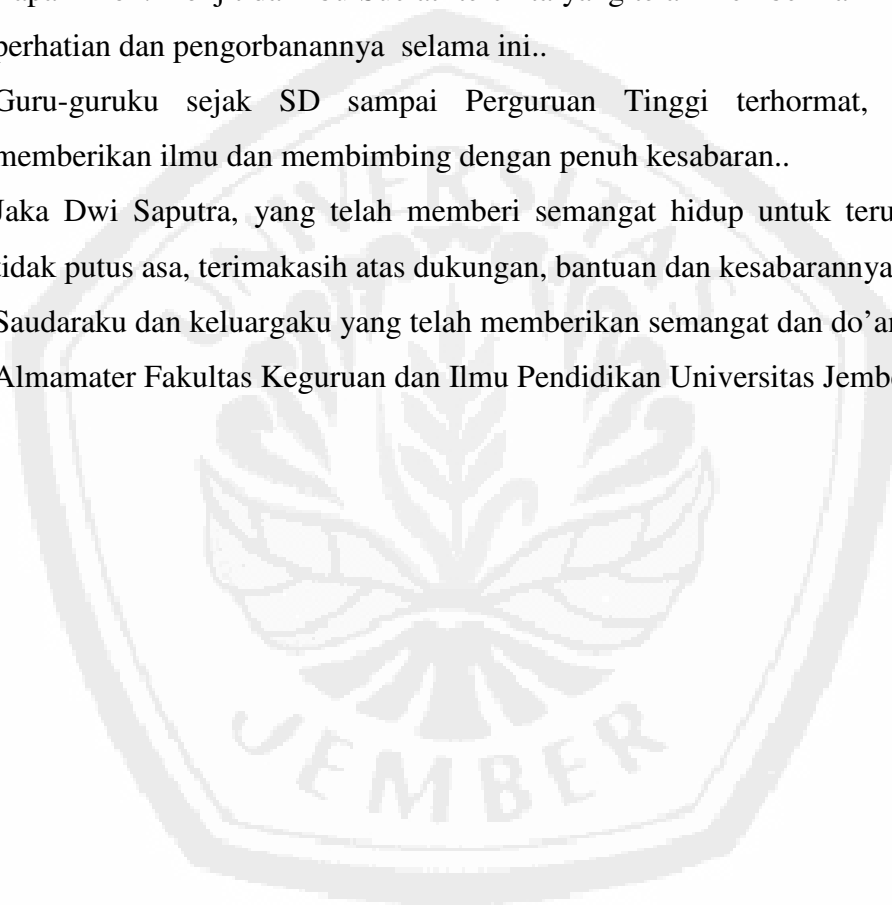
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2008

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kehadiran Allah SWT, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak Moh. Honjit dan Ibu Suciati tercinta yang telah memberikan kasih sayang, perhatian dan pengorbanannya selama ini..
2. Guru-guruku sejak SD sampai Perguruan Tinggi terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran..
3. Jaka Dwi Saputra, yang telah memberi semangat hidup untuk terus maju dan tidak putus asa, terimakasih atas dukungan, bantuan dan kesabarannya.
4. Saudaraku dan keluargaku yang telah memberikan semangat dan do'anya.
5. Almamater Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.



HALAMAN MOTTO

“Dan dirikanlah sembahyang pada kedua tepi siang (pagi dan petang) dan pada permulaan malam. Sesungguhnya perbuatan-perbuatan yang baik itu menghapuskan (dosa) perbuatan-perbuatan yang buruk. Itulah peringatan bagi orang-orang yang ingat”
(*Terjemahan Surat Huud Ayat 114*)^{*)}

“Apabila konsumen mempunyai pilihan, para konsumen akan memilih untuk tetap loyal terhadap perusahaan yang memberinya *value* yang lebih baik/besar dari yang mereka harapkan”^{**)}

^{*)} Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. 1993. Semarang: CV ALWAAH.
^{**)} Yazid. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. 2001. Yogyakarta: Ekonisia.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Winarti

NIM : 030210301321

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul *“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Dalam Melakukan Pembelian Pulsa di Konter AA CELL Jalan Sumatra No.161 Jember Tahun 2008)”* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan hasil karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 26 Juni 2008

Yang menyatakan,

Winarti

NIM. 030210301321

PERSETUJUAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus pada Pelanggan dalam melakukan Pembelian Pulsa di
Konter AA CELL Jalan Sumatra No.161 Jember Tahun 2008)

SKRIPSI

Oleh :

Nama : Winarti
NIM : 030210301321
Tempat/Tanggal lahir : Banyuwangi, 12 november 1983
Jurusan/program : Pend.IPS/Pend. Ekonomi

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 131 601 514

Dosen Pembimbing II

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 131 386 651

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji dan diterima oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Pada hari : Kamis

Tanggal : 26 Juni 2008

Tempat : Gedung 1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Bambang Suyadi, M.Si

Dra. Sri Wahyuni, M.Si

NIP. 131 415 536

NIP. 131 386 651

Anggota:

1. Drs. Umar HMS, M.Si

1.(.....)

NIP. 131 759 843

2. Drs. Joko Widodo, M.M

2.(.....)

NIP. 131 601 514

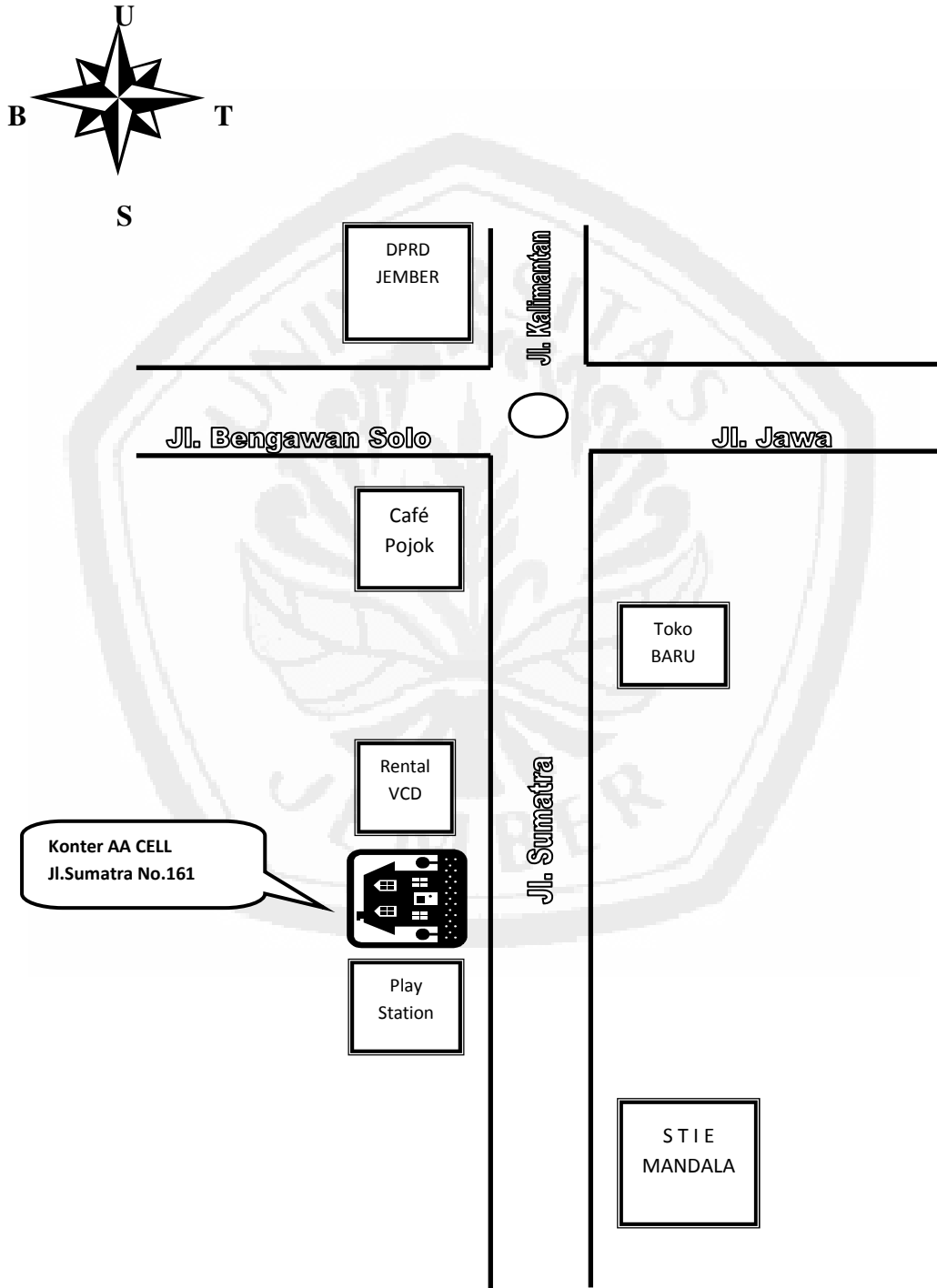
Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Drs. Imam Muchtar, SH. M.Hum

NIP. 130 810 936

DENAH LOKASI KONTER AA CELL



RINGKASAN

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Dalam Melakukan Pembelian Pulsa di Konter AA CELL Jalan Sumatra No.161 Jember Tahun 2008), Winarti, 030210301321, 2008, 84 hlm, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian survai dengan maksud *explanatory research* yaitu menjelaskan hubungan antar variabel menggunakan pengujian hipotesa. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui signifikansi variabel bauran pemasaran terhadap variabel loyalitas pelanggan dan variabel bauran pemasaran yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pelanggan dalam melakukan pembelian pulsa di konter AA CELL jalan Sumatra no.161 Jember tahun 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian pulsa di konter AA CELL Jember dan sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan teknik *accidental purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, angket, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, koefisien determinasi berganda, uji F, dan uji t. Sebagai syarat analisis digunakan uji asumsi klasik. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran (produk, harga, tempat, karyawan, proses dan bukti fisik) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($113,957 > 2,198$) dengan signifikansi 0,000 dan koefisien determinan (R Square) sebesar 0,880 yang berarti bahwa proporsi sumbangan variabel produk, harga, tempat, karyawan, proses dan bukti fisik secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan sebesar 88,0%. Hasil uji t dari masing-masing variabel bauran pemasaran terhadap variabel loyalitas pelanggan adalah produk (X_1) = $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,312 > 1,986$) dengan $\alpha = 0,05 > 0,001$, harga (X_2) =

$t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,368 > 1,986$) dengan $\alpha = 0,05 > 0,001$, distribusi (X_3) = $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,108 > 1,986$) dengan $\alpha = 0,05 > 0,027$, karyawan (X_4) = $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,152 > 1,986$) dengan $\alpha = 0,05 > 0,002$, proses (X_5) = $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,130 > 1,986$) dengan $\alpha = 0,05 > 0,000$, dan bukti fisik (X_6) = $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,607 > 1,986$) dengan $\alpha = 0,05 > 0,011$. Variabel bauran pemasaran (X) mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas pelanggan (Y) dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,938. Variabel proses (X_5) mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan pembelian pulsa di konter AA CELL tahun 2008 sebesar 32,76%. Untuk itu, variabel bauran pemasaran mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan pembelian pulsa di konter AA CELL Jember tahun 2008. Sehingga variabel bauran pemasaran dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, dan Loyalitas Pelanggan

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah Swt atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan dalam Melakukan Pembelian Pulsa di Konter AA CELL Jalan Sumatra No.161 Jember Tahun 2008”*. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Imam Muchtar, SH. M.Hum, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Budiyono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahyuni, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Dosen Pembimbing II;
5. Bapak Ambar Ristanto, S.E selaku pemilik dan segenap karyawan Konter AA CELL Jember;
6. Adikku Pipiet dan Agnes serta teman-temanku mas Ali, mas Dani, mbak Nining, mbak Parih, Yuni, Lucky, Ira, Ratna terimakasih atas bantuannya.
7. Teman-teman PE '03' terima kasih kekompakkannya dalam segala hal;
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Keterbatasan pengetahuan dan kemampuan menyebabkan skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jember, 26 Juni 2008

Winarti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
DENAH LOKASI PENELITIAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Dasar Teori Pemasaran	7
2.2.1 Dasar Teori Bauran Pemasaran	8
2.3 Dasar Teori Loyalitas Pelanggan	15
2.4 Dasar Teori Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan	17

2.5 Hipotesis Penelitian	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Definisi Operasional Variabel	21
3.3 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	24
3.4 Metode Penentuan Responden	24
3.5 Data dan Sumber Data	25
3.6 Metode Pengumpulan Data	25
3.6.1 Metode Observasi.....	26
3.6.2 Metode Angket.....	26
3.6.3 Metode Wawancara.....	26
3.6.4 Metode Dokumentasi.....	26
3.7 Teknik Pengolahan Data	27
3.7.1 Editing.....	27
3.7.2 Skoring.....	27
3.7.3 Tabulasi.....	28
3.8 Uji Kualitas Data	28
3.8.1 Uji Validitas.....	28
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	29
3.9 Metode Analisis Data	30
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	30
3.9.2 Analisis Inferensial.....	30
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Data Pelengkap	36
4.1.1 Gambaran Umum Konter AA CELL.....	36
4.1.2 Gambaran Bauran Pemasaran di Konter AA CELL.....	37
4.2 Data Utama	40
4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	40

4.3 Analisis Data	42
4.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	42
A. Interpretasi terhadap Variabel Bauran Pemasaran.....	42
1. Interpretasi Variabel Produk (X_1).....	42
2. Interpretasi Variabel Harga (X_2).....	44
3. Interpretasi Variabel Distribusi (X_3).....	46
4. Interpretasi Variabel Karyawan (X_4).....	48
5. Interpretasi Variabel Proses (X_5).....	50
6. Interpretasi Variabel Bukti Fisik (X_6).....	52
7. Interpretasi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	55
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4.4.1 Uji Validitas.....	62
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	63
4.5 Analisis Inferensial	64
4.5.1 Analisis Persamaan Garis Regresi Linier Berganda.....	64
4.5.2 Uji asumsi Klasik.....	66
4.5.3 Analisis Varian Garis Regresi.....	68
4.5.4 Efektifitas Garis Regresi (Koefisien Determinasi).....	69
4.5.5 Pengujian Hipotesis.....	70
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.6.1 Variabel yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Secara Simultan.....	76
4.6.2 Variabel yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Secara Parsial.....	77
4.6.3 Variabel yang Dominan Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	82
4.7 Kekuatan dan Kelemahan Penelitian	83
4.7.1 Kekuatan Penelitian.....	83
4.7.2 Kelemahan Penelitian.....	83

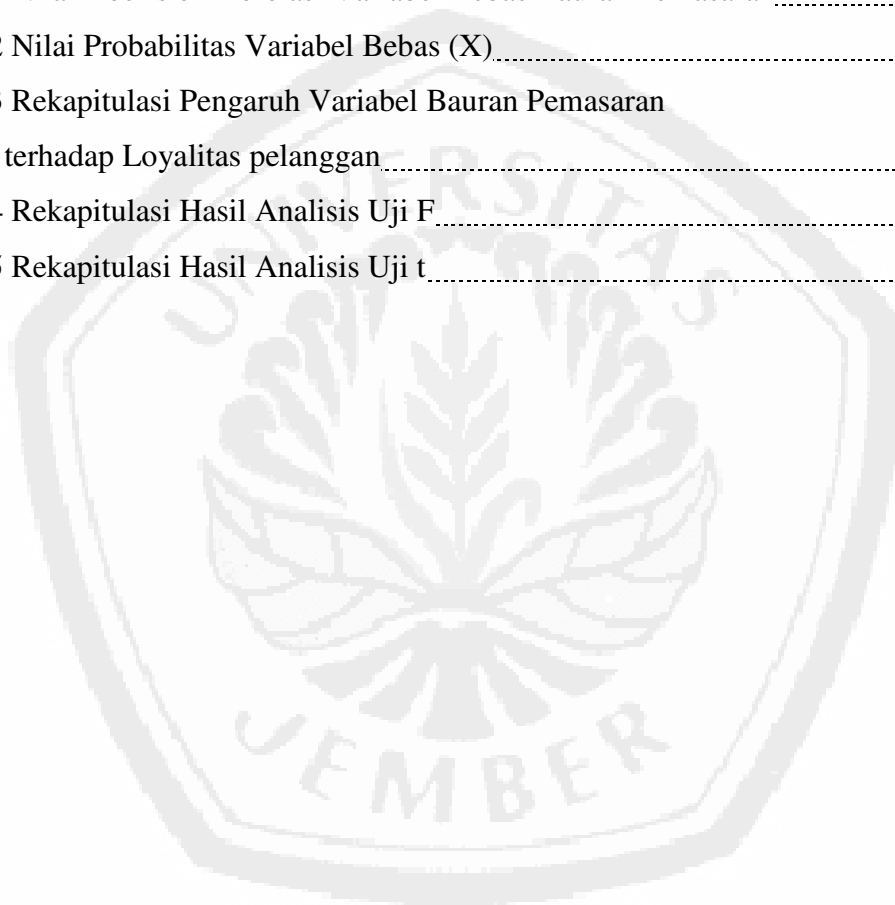
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

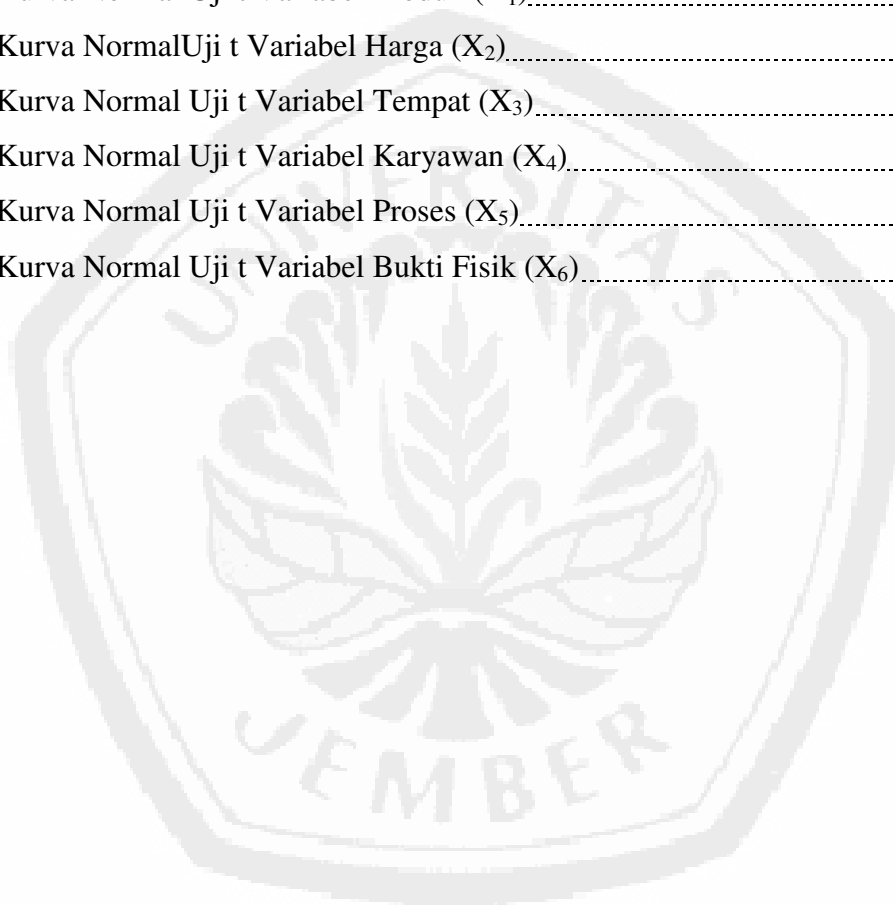
2.1 Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi.....	33
4.2 Harga Voucher Pulsa Khusus di Konter AA CELL.....	37
4.3 Harga Voucher Pulsa di Konter AA CELL.....	38
4.4 Umur Responden.....	40
4.5 Jenis Kelamin Responden.....	40
4.6 Pekerjaan Responden.....	41
4.7 Deskripsi tentang Merek (Nama Baik Konter AA CELL).....	42
4.8 Deskripsi tentang Keragaman Produk.....	43
4.9 Deskripsi tentang Tingkat Harga.....	44
4.10 Deskripsi tentang Penetapan Harga Pulsa Khusus.....	45
4.11 Deskripsi tentang Jarak Konter AA CELL.....	46
4.12 Deskripsi tentang Lokasi.....	47
4.13 Deskripsi tentang Keramahan Karyawan.....	48
4.14 Deskripsi tentang Ketelitian Karyawan.....	49
4.15 Deskripsi tentang Kemudahan.....	50
4.16 Deskripsi tentang Kecepatan.....	51
4.17 Deskripsi tentang Kejelasan Merek.....	52
4.18 Deskripsi tentang Nota Pembelian Pulsa.....	53
4.19 Deskripsi tentang Tabel Harga Voucher Pulsa.....	54
4.20 Deskripsi tentang Kepuasan Pelanggan.....	55
4.21 Deskripsi tentang Pembelian Ulang.....	56
4.22 Deskripsi tentang Besarnya Pengeluaran untuk Membeli Pulsa.....	57
4.23 Deskripsi tentang Pertimbangan Konter AA CELL sebagai Pilihan Pertama.....	58
4.24 Deskripsi tentang Pernyataan Positif Konter AA CELL.....	59
4.25 Deskripsi tentang Rekomendasi Konter AA CELL kepada Orang Lain.....	60

4.26 Kategori Gambaran Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	61
4.27 Gambaran Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) di Konter AA CELL	61
4.28 Hasil Uji Validitas.....	62
4.29 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
4.30 Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
4.31 Nilai Koefisien Korelasi Variabel Bebas Bauran Pemasaran.....	67
4.32 Nilai Probabilitas Variabel Bebas (X).....	67
4.33 Rekapitulasi Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas pelanggan.....	69
4.34 Rekapitulasi Hasil Analisis Uji F.....	70
4.35 Rekapitulasi Hasil Analisis Uji t.....	71



DAFTAR GAMBAR

2.1 Konsep Pemikiran Teori Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan.....	19
4.2 Kurva Normal Uji F.....	71
4.3 Kurva Normal Uji t Variabel Produk (X_1).....	72
4.4 Kurva Normal Uji t Variabel Harga (X_2).....	73
4.5 Kurva Normal Uji t Variabel Tempat (X_3).....	73
4.6 Kurva Normal Uji t Variabel Karyawan (X_4).....	74
4.7 Kurva Normal Uji t Variabel Proses (X_5).....	74
4.8 Kurva Normal Uji t Variabel Bukti Fisik (X_6).....	75



DAFTAR LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Tuntunan Penelitian
3. Tuntunan Wawancara
4. Hasil Wawancara
5. Angket Penelitian
6. Data Responden Penelitian
7. Hasil Tabulasi Angket
8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian
9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
10. Hasil Uji Multikolinearitas
11. Hasil Uji Heterokedastisitas
12. Hasil Uji Normalitas
13. Tabel Nilai Koefisien (r) Product Moment
14. Tabel Nilai-nilai Kritis F
15. Tabel Nilai-nilai Kritis t
16. Dokumentasi
17. Surat Ijin Penelitian dari FKIP Universitas Jember
18. Surat Keterangan Selesai Penelitian dari Konter AA CELL
19. Lembar Konsultasi