

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen di Kota Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh:

EMA RATNAWATI
NPM: 19024010088

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen di Kota Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh:

EMA RATNAWATI
NPM: 19024010088

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen di Kota Surabaya)**

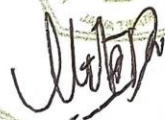
Oleh:

EMA RATNAWATI
NPM: 19024010088

Telah diterima pada tanggal:
6 November 2023

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Prasmita Dian Wijayati SP., M.Si
NIP: 20219920812235

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mubarakah, M. TP
NIP: 196211141988032001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



Dr. Ir. Nurjah Yuliati, MP
NIP: 196207121991032001

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen di Kota Surabaya)**

Oleh:


EMA RATNAWATI
NPM: 19024010088


Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur
Pada 6 November 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama




Prasmita Dian Wijayati SP., M.Si
NIP: 20219920812235



Dr. Ir. Mubarakah, MTP
NIP: 19621114 198803 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP.19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP: 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarism, maka saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen di Kota Surabaya” menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 6 November 2023

Yang Membuat Pernyataan



Ema Ratnawati
NPM. 19024010088

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen di Kota Surabaya”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan gelar Sarjana Program Studi Agribisnis.

Penulis menyadari bahwa selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, Terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Mubarakah, MTP selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Prasmita Dian Wijayati, SP., M.Si selaku dosen pembimbing pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberi arahan serta masukan kepada penulis demi kebaikan penyusunan skripsi ini.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian
2. Dr. Ir. Nuriah Yuliaty, M.P selaku Koordinator Program Studi Agribisnis
3. Seluruh dosen program studi Agribisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh studi
4. Ibu Suliyani selaku HRD PT Hwang Kieng Hien Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen yang telah mengizinkan dan memberikan informasi kepada penulis terkait data penelitian
5. Keluarga penulis, yaitu Ibu, Kakak, dan Adik yang selalu mendukung dan menyemangati penulis baik secara moral dan materil

6. Rekan mahasiswa agribisnis angkatan 2019, khususnya teman-teman kelas agribisnis B yang sangat suportif satu sama lain, saling menghargai, dan kooperatif selama masa perkuliahan hingga penulis dapat menyusun proposal ini

Penulis menyadari jika dalam penyusunan proposal ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakannya. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sebagai referensi untuk penulisan skripsi dimasa mendatang dan bermanfaat juga bagi penulis sendiri.

Surabaya, November 2023

Penulis

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen di Kota Surabaya)**

**MARKETING MIX EFFECT TOWARDS CUNSUMER SATISFACTION
AND LOYALTY
(Case Study of Cap Jeruk Pecel Tulen Soy Sauce in Surabaya City)**

Ema Ratnawati, Mubarokah, dan Prasmita Dian Wijayati

ABSTRAK

Kecap cap Jeruk Pecel Tulen merupakan produk kecap lokal khas Kota Surabaya yang telah berdiri sejak tahun 1937. Tingginya tingkat persaingan industri kecap menyebabkan menurunnya volume produksi dan penjualan. Bauran pemasaran 4P adalah alat penting untuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan strategi pemasaran yang efektif dalam menghadapi persaingan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran 4P (produk, tempat, harga, dan promosi) terhadap kepuasan konsumen, dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen kecap cap Jeruk Pecel Tulen. Sampel sejumlah 100 konsumen, ditentukan secara *purposive* dan dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran 4P memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen, namun tidak semuanya memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sedangkan variabel tempat dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kecap cap Jeruk Pecel Tulen. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kecap cap Jeruk Pecel Tulen

Kata kunci: bauran pemasaran, kepuasan, loyalitas

ABSTRACT

Kecap cap Jeruk Pecel Tulen is a local soy sauce product typical of Surabaya City which has been established since 1937. The high level of competition in the soy sauce industry has caused a decrease in production and sales volume. The 4P marketing mix is an important tool for planning, implementing, and managing effective marketing strategies in the face of competition. The purpose of this study is to analyze the effect of the 4P marketing mix (product, place, price, and promotion) on customer satisfaction, and analyze the effect of customer satisfaction on consumer loyalty for soy sauce cap Jeruk Pecel Tulen. A sample of 100 consumers, determined purposively and analyzed using SEM-PLS. The results showed that the 4P marketing mix variables have a positive relationship with customer satisfaction, but not all of them have a significant effect. The variables of product and price have a positive and significant effect on satisfaction, while the variables of place and promotion do not have a significant effect on the satisfaction of consumers of kecap cap Jeruk Pecel Tulen. Satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty for kecap cap Jeruk Pecel Tulen.

Keywords: *marketing mix, satisfaction, loyalty*

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	13
2.2.2 Kepuasan Konsumen.....	30
2.2.3 Loyalitas Konsumen.....	34
2.2.4 <i>Partial Least Square</i>	37
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	39
2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	39

2.3.2 Hipotesis Penelitian.....	43
III. METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian.....	43
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Pengumpulan Data	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Dokumentasi	47
3.4 Analisis SEM-PLS	47
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	57
3.5.2 Variabel dan Definisi Operasional.....	57
3.5.3 Pengukuran Variabel.....	59
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1 Profil PT Hwang Kieng Hien	64
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	65
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	67
4.2.1 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	67
4.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.3 Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	70
4.3 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel	71

4.3.1 Variabel Produk	71
4.3.2 Variabel Harga	73
4.3.3 Variabel Tempat.....	74
4.3.4 Variabel Promosi.....	76
4.3.5 Variabel Kepuasan Konsumen.....	77
4.3.6 Variabel Loyalitas Konsumen.....	79
4.4 Analisis SEM-PLS	80
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran	80
4.4.2 Evaluasi Model Struktural.....	87
4.5 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen	89
4.5.1 Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen	91
4.5.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	93
4.5.3 Pengaruh Tempat terhadap Kepuasan Konsumen.....	95
4.5.4 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	97
4.5.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas.....	99
V. SIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Simpulan.....	102
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Rata-rata Konsumsi Kecap dalam Rumah Tangga di Indonesia.....	2
1.2	Volume Penjualan Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen.....	3
2.1	Penelitian Terdahulu	7
3.1	Kriteria Evaluasi Model	55
3.2	Kriteria Model Fit	56
3.3	Skala Likert	59
3.4	Variabel, Indikator, dan Definisi Operasional	60
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	67
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	70
4.6	Kriteria Skor Rataan Variabel	71
4.7	Penilaian Responden Variabel Produk.....	72
4.8	Penilaian Responden Variabel Harga	73
4.9	Penilaian Responden Variabel Tempat	75
4.10	Penilaian Responden Variabel Promosi	76
4.11	Penilaian Responden Variabel Kepuasan	78
4.12	Penilaian Responden Variabel Loyalitas	79
4.13	Nilai <i>Loading Factor</i>	83
4.14	Nilai <i>Indicator Weight</i>	84

4.15 Nilai Kuadrat AVE.....	85
4.16 Nilai <i>Composite Reliability & Cronbach's Alpha</i>	86
4.17 Hasil Model Fit & Quality Indices.....	87
4.18 Hasil Uji Hipotesis.....	89
4.19 Daftar Ukuran dan Harga Kecap cap Jeruk Pecel Tulen.....	94

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1	Bauran Pemasaran 4P.....	15
2.2	Tingkat Saluran Distribusi	26
2.3	Kerangka Pemikiran.....	41
3.1	Tahapan Analisis SEM-PLS	49
3.2	Model Penelitian	51
4.1	Kecap Cap Jeruk Pecel Tulen	64
4.2	Struktur Organisasi PT Hwang Kieng Hien.....	66
4.3	Nilai Validitas Konvergen Model Penelitian	82
4.4	Saluran Distribusi Kecap Cap JPT.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	109
2	Surat Izin Penelitian	114
3	Kartu Bimbingan.....	115
4	Hasil Kuesioner.....	116
5	Hasil SEM-PLS <i>Nilai Loading Factors</i>	125
6	Hasil SEM-PLS <i>Indicator Weight</i>	125
7	Hasil SEM-PLS <i>Latent Variable Coefficient</i>	125
8	Hasil SEM-PLS <i>Model Fit & Quality Indices</i>	126
9	Hasil SEM-PLS Nilai <i>p-value & Path Coefficient</i>	126
10	Model Penelitian	126
11	Foto Bersama Ibu Suliyani HRD Kecap cap Jeruk Pecel Tulen	127
12	Dokumentasi Penelitian	127