

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**SKRIPSI****PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK WINGS DI KOTA****PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh:

Mila Santri
201720096Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 14 Oktober 2021

Pembimbing I,

Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Suhardi M Anwar".

Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M.M

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Rismawati".

Dr. Rismawati, S.E., M.SA, CSRS, CSRA, CSP, CRMPDekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas MuhammadiyahKetua,
Program Studi Manajemen

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Hapid".

Hapid, S.E., M.M

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Imran Ukkas".

Imran Ukkas, S.E., M.M.

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MODAL KERJA DALAM MENINGKATKAN LIKUIDITAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Disusun dan diajukan oleh:

Mila Santri

201720096

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi pada tanggal 14 Oktober 2021 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

Susunan Dewan Penguji

1. Penguji: Prof. Dr. Suhardi M Anwar,
Drs., M.M

(.....)

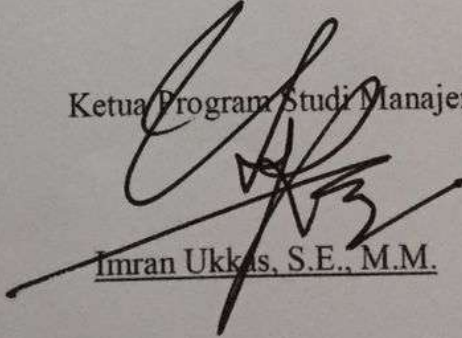
2. Penguji: Dr. Antong, S.E., M.Si.

(.....)

3. Penguji: Asriany, S.E., M.M.

(.....)

Ketua Program Studi Manajemen


Imran Ukkas, S.E., M.M.

SURAT PERNYATAAN ORINISIL

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mila Santri

N I M : 201720005

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Produk Wings di Kota Palopo. Adalah sebenar-benarnya hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat secara keseluruhan atau sebahagian dari Skripsi dan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Palopo, 14 Oktober 2021

uat pernyataan



Mila Santri

201720096

SURAT PERNYATAAN ORINISIL

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mila Santri

N I M : 201720005

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Produk Wings di Kota Palopo. Adalah sebenar-benarnya hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat secara keseluruhan atau sebahagian dari Skripsi dan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Palopo, 14 Oktober 2021
Pembuat pernyataan

Mila Santri
201720096

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Mila Santri
2. Tempat Tanggal Lahir : Tiromanda, 03 November 1999
3. Agama : Islam
4. Alamat Rumah : Desa Tiromanda, Kec. Bua

2. Nama Orang Tua

1. Nama Ayah : Babba
2. Nama Ibu : Anugrah

3. Pendidikan

1. SDN 369 Sakti : Tamat Tahun 2011
2. SMP Negeri 1 Bua : Tamat Tahun 2014
3. SMA Negeri 1 Bua : Tamat Tahun 2017

4. Pengalaman Organisasi / Pekerjaan

1. – Pengurus Himpunan jurusan Manajemen
2. – Pengurus Karang Taruna

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang maha penguasa lagi maha penyayang atas karunianya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang merupakan salah satu tugas akhir yang diberikan dan menjadi tanggung jawab sebagai mahasiswa tingkat akhir dengan judul skripsi **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Dalam Pembelian Produk Wings Di Kota Palopo”**

Penyusunan skripsi ini bertujuan memenuhi salah satu syarat kebutuhan dalam meraih gelar sarjana Manajemen Program Strata Satu (S1) Universitas Muhammadiyah Palopo.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan dan kendala yang dihadapi, namun semua kekurangan dan kendala tersebut diatasi oleh penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Dalam penyusunan skripsi ini pastinya tidak lepas dari bantuan, pembimbing dan dukungan dari berbagai pihak manapun, baik dari segi materi maupun dorongan yang diberikan sehingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya. Sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.Salju, S.E, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.

2. Bapak Hapid, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo
3. Bapak Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M.M selaku pembimbing I yang sabar dalam membina dan memberikan masukan dan juga arahan kepada penulis dari penyusunan proposal hingga penelitian sampai dengan selesainya skripsi ini.
4. Ibu Dr.Rismawati, SM., M.S.A M selaku pembimbing II yang sabar dalam membina dan memberikan masukan dan juga arahan kepada penulis dari penyusunan proposal hingga penelitian sampai dengan selesainya skripsi ini.
5. Bapak Imran Ukkas S.E, M.M selaku Ketua Program Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
6. Bapak ibu dosen yang penuh dengan kebaratan dan penuh ketekunan dalam membimbing dan mengarahkan penulis sampai pada tahap akhir penyelesaian studi Universitas Muhammadiyah Palopo.
7. Bapak dan ibu staf pengelolah Universitas Muhammadiyah Palopo yang telah membantu penulis dalam hal admidistrasi.
8. Terkhusus untuk kedua orang tua saya dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
9. Kepada sahabat seperjuangan saya di Universitas Muhammadiyah Palopo Andi Ade Pratama, Gita Pratiwi, Nia Ramadhani, Isna yanti, Fitriia Pasanda, Andi Saptilia Jiwardani, Andi Adliyawati As'ad.
10. Teman-teman Manajemen A1 terimakasih banyak untuk kebersamaanya 3,5 tahun yang telah dilalui, suka duka selama perkuliahan, semoga bantuan dan

dukungan yang telah diberikan penulis dapat bernilai ibadah oleh Allah SWT.
Akhir kata semoga skripsi ini yang merupakan hasil perjuangan yang sangat
keras dapat memeberikan manfaat bagi kita semua aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palopo, 14 Oktober 2021
Penulis

Mila Santri
201720005

ABSTRAK**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS DALAM PEMBELIAN PRODUK WINGS DI KOTA PALOPO**

oleh

Mila Santri

Pembimbing

Suhardi M. Anwar

Rismawati

Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan perangkat alat pemasaran taktis terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi namun seiring berkembangnya jaman yang semakin modern maka terdapat penambahan tiga strategi lagi yang bertujuan untuk membantu memudahkan para usaha yang bergerak di bidang jasa seperti jasa cuci mobil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pembelian produk Wings di Kota Palopo. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini yaitu keseluruhan konsumen di Kota Palopo yang membeli produk Wings di Kota Palopo dan metode pengambilan sampel yaitu metode simple random sampling. Kuesioner yang terkumpul sebanyak 100 orang. data yang di gunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 0,666 (2) harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 0,666 dan nilai signifikan sebesar 0,001 (3) tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam

pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 2,492 dan nilai signifikan sebesar 0,014 (4) Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 3,448 dan nilai signifikan sebesar 0,001 (5) Produk berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar -4,505 dan nilai signifikan sebesar 0,000 (6) Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar -1,042 dan nilai signifikan sebesar 0,300 (7) Tempat tidak berpengaruh terhadap loyalitas dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 1,129 dan nilai signifikan sebesar 0,026 (8) Promosi berpengaruh terhadap loyalitas dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 6,281 dan nilai signifikan sebesar 0,000 (9) Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 4,981 dan nilai signifikan sebesar 0,000 (10) Produk berpengaruh loyalitas melalui kepuasan loyalitas dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 0,022 (11) Harga terhadap loyalitas melalui kepuasan terhadap dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 0,155 (12) Tempat berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 0,088 (13) Promosi berpengaruh terhadap loyalitas

melalui kepuasan dalam pembelian produk Wings di Kota Palopo karena dengan kontribusi *coefficient beta* sebesar 0,145.

Kat kunci: Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Dalam Pembelian Produk Wings Di Kota Palopo

ABSTRACT**EFFECT OF MARKETING MIX ON SATISFACTION AND LOYALTY IN
PURCHASING WINGS PRODUCT IN PALOPO CITY**

oleh

Mila Santri

Pembimbing

Suhardi M. Anwar

Rismawati

The marketing mix or marketing mix is a tactical marketing tool consisting of products, prices, place and promotions, but as the modern era develops, there are three additional strategies that aim to help facilitate businesses engaged in services such as car wash services. This study aims to analyze the effect of the marketing mix on satisfaction and purchase loyalty of Wings products in Palopo city. The population in this study is the total number of consumers in Palopo city who buy Wings product in Palopo city and the sampling method. The questionnaires collected were 100 people. The data used were primary data and secondary data. The results of this study indicate that (1) the effect of the product has no effect on consumer satisfaction in purchasing Wings products in Palopo City because of the contribution of the beta coefficient of 0.666 (2) The effect of price has a positive and significant effect on consumer satisfaction in purchasing Wings products in Palopo City because of the contribution of a beta coefficient of 0.666 and a significant value of 0.001 (3) The influence of place has a positive and insignificant effect on consumer satisfaction in purchasing Wings products in Palopo City because of the contribution of a beta coefficient of 2.492 and a significant value of 0.014 (4) Promotion effect on consumer satisfaction in purchasing Wings products in Palopo City because with a beta coefficient contribution of 3.448 and a significant value of 0.001 (5) Products have effect on consumer loyalty in purchasing WINGS products in Palopo City because with the contribution of the beta coefficient of -4.505 and a significant value of 0.000 (6) The price has no effect on consumer loyalty in purchasing Wings products in Palopo City because of the beta coefficient contribution of -1.042 and a significant value of 0.300 (7) Place does not have a effect on loyalty in purchasing Wings products in Palopo City because with a beta coefficient contribution of 1.129 and a significant value of 0.026 (8) Promotion has effect on loyalty in purchasing Wings products in Palopo City because with a beta coefficient contribution of 6.281 and a significant value of 0.000 (9) Satisfaction has effect on loyalty in purchasing WINGS products in Palopo City because with a beta coefficient contribution of 4.981 and a significant value of 0.000 (10) Products do not have on loyalty through loyalty satisfaction. quality in purchasing Wings products in Palopo City because with a beta coefficient

contribution of 0.022 (11) Price has loyalty through satisfaction with purchasing Wings products in Palopo City because with a beta coefficient contribution of 0.155 (12) Place has loyalty through satisfaction in purchasing Wings products in Palopo City because of the contribution of a beta coefficient of 0.088 (13) Promotion has loyalty through satisfaction in purchasing Wings products in Palopo City because of the contribution of the beta coefficient of 0.145.

Keywords: Effect Of Marketing Mix On Satisfaction And Loyalty In Purchasing Wings Product In Palopo City

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN ORINSIL.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penulisan.....	6
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	10
2.2.2 Komponen-komponen Bauran Pemasaran	10
2.3 Kepuasan.....	18

2.3.1 Pengertian Kepuasan	18
2.3.2 Indikator Kepuasan	18
2.4 Loyalitas	19
2.4.1 Pengertian Loyalitas	19
2.4.2 Indikator Loyalitas	19
2.5 Penelitian Terdahulu	20
2.6 Kerangka Konseptual	26
2.7 Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Jenis dan Sumber Data	30
3.5 Metode Pengumpulan Data	30
3.6 Definisi Operasional	31
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas	32
3.8 Metode Analisis	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	36
4.1.1 Sejarah Umum	36
4.1.2 Visi Misi PT. Wings Surya	36
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	37
4.2 Uji Instrumen Penelitian	41
4.2.1 Uji Validitas	41
4.2.2 Uji Reabilitas	42
4.3 Analisis jalur	43
4.3.1 Pengujian Sub StruktUral I	43
4.3.2 Pengujian Sub StruktUral II	46
4.3.3 Menghitung Jalur	49

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	53
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1.Deskripsi variabel Produk.....	37
Tabel 4.2.Deskripsi variabel Harga.....	37
Tabel 4.3.Deskripsi variabel Tempat	38
Tabel 4.4.Deskripsi variabel Promosi	39
Tabel 4.5.Deskripsi variabel Kepuasan.....	39
Tabel 4.6.Deskripsi variabel Loyalties	40
Tabel 4.7.Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.8.Hasil uji reabilitas	42
Tabel 4.9.Koefisien antar variabel.....	51
Tabel 4.10.Kesimpulan koefisien antar variabel.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka konseptual	26
Gambar 4.1 Pengujian Sub Struktural I	43
Gambar 4.2 Persamaan Sub Struktural II.....	46
Gambar 4.3 Menghitung Jalur.....	49

Mila Santri

mila skrpsi.docx

Sources Overview

18%

OVERALL SIMILARITY

1	digilibadmin.unismuh.ac.id INTERNET	2%
2	eprints.undip.ac.id INTERNET	2%
3	sir.stikom.edu INTERNET	1%
4	repository.upstegal.ac.id INTERNET	1%
5	repository.unhas.ac.id INTERNET	1%
6	journal.uc.ac.id INTERNET	1%
7	eprints.uny.ac.id INTERNET	1%
8	digilib.uinsby.ac.id INTERNET	<1%
9	eprints.walisongo.ac.id INTERNET	<1%
10	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id INTERNET	<1%
11	ejournal3.undip.ac.id INTERNET	<1%
12	123dok.com INTERNET	<1%
13	jurnal3.stiesemarang.ac.id INTERNET	<1%
14	ejurnal.stieipwija.ac.id INTERNET	<1%
15	media.neliti.com INTERNET	<1%
16	ejournal.borobudur.ac.id INTERNET	<1%

17	docobook.com INTERNET	<1%
18	repository.uinjkt.ac.id INTERNET	<1%
19	anzdoc.com INTERNET	<1%
20	digilib.uns.ac.id INTERNET	<1%
21	eprints.umm.ac.id INTERNET	<1%
22	repository.polibatam.ac.id INTERNET	<1%
23	johannessimatupang.wordpress.com INTERNET	<1%
24	core.ac.uk INTERNET	<1%
25	repositori.uin-alauddin.ac.id INTERNET	<1%
26	ejurnal.undana.ac.id INTERNET	<1%
27	repositori.usu.ac.id INTERNET	<1%
28	www.researchgate.net INTERNET	<1%
29	adoc.pub INTERNET	<1%
30	dokumen.tips INTERNET	<1%
31	id.123dok.com INTERNET	<1%
32	journal.umpalopo.ac.id INTERNET	<1%
33	scholar.unand.ac.id INTERNET	<1%

Excluded search repositories:

- Submitted Works
- Publications
- Crossref
- Crossref Posted Content

Excluded from document:

- Small Matches (less than 25 words)

Excluded sources:

- None