



**Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Proses)
Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berimplikasi Pada
Loyalitas Pelanggan Plaza Pondok Gede – Bekasi**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

Petrus Muntu-untu Tangkilisan III

55112320037

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN
2016**

ABSTRACT

This study aims to examine and provide an overview in the form of influence marketing mix: product, price, process to customer satisfaction that has implications for customer loyalty in the Plaza Pondok Gede. This research data obtained from questionnaires and documentation of data provided by management Plaza Pondok Gede to the author. Samples taken as many as 100 people with the research method is descriptive quantitative with explanation of each study variable. The analytical methods used helped by SPSS program with analysis tools that include: classical assumption (normality, multicollinearity, heteroscedasticity), path analysis and coefficient of determination. The research shows the marketing mix (product, price, process) together (simultaneously) have significantly affect customer satisfaction, which itself has the effect of customer satisfaction on customer loyalty in Plaza Pondok Gede. Process variables have the greatest impact than other variables on customer satisfaction.

Keywords : Marketing mix, Product, Price, Process, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji serta memberikan gambaran dalam pengaruh bauran pemasaran yang berupa : produk, harga, proses terhadap kepuasan pelanggan yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan di Plaza Pondok Gede. Data penelitian ini didapat dari metode kuesioner dan dokumentasi data yang diberikan oleh manajemen Plaza Pondok Gede kepada penulis. Sampel diambil sebanyak 100 orang dengan metode penelitian bersifat deskriptif kuantitatif yang bersifat penjelasan pada masing-masing variabel penelitian. Adapun metode analisis yang digunakan dibantu oleh program SPSS dengan alat analisis yang berupa : uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), path analisis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bauran pemasaran (produk, harga, proses) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan sendiri mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Plaza Pondok Gede. Variabel proses mempunyai pengaruh yang paling besar dibandingkan variabel lainnya terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Proses, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisa Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Proses) Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan di Plaza Pondok Gede - Bekasi

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Petrus Muntu-untu Tangkilisan III

NIM : 55112320037

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 28 Oktober 2016

Mengesahkan,
Pembimbing



Prof. Dr. H. Masyhudzulhak., SE., MM

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Augustina Kurniasih, M.E

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisa Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Proses) Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan di Plaza Pondok Gede - Bekasi

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Petrus Muntu-untu Tangkilisan III

NIM : 55112320037

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 01 Juni 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercubuana

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Bekasi, 01 Juni 2016



Petrus Muntu-untu Tangkilisan III

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Analisa Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Proses) Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan di Plaza Pondok Gede – Bekasi.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi di Universitas Mercubuana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada : **Prof. Dr. H. Masyhudzulhak., SE., MM.,** sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Proposal Tesis ini dari awal hingga dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan untuk :

1. Prof. Dr. H. Masyhudzulhak., SE., MM., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis dari awal hingga dapat terselesaikan
2. Dr. Ahmad Badawi, SE. MM. selaku Dosen penelaah proposal tesis.
3. Dr. Achmad H. Sutawidjaya., SE., M.Com., M.Phil., selaku Ketua Sidang Tesis.
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercubuana.
5. Dr. Augustina Kurniasih, M.E, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

6. Johannes Karundeng, MBA. selaku pemilik dari PT . Budi Kencana Megah Jaya (Plaza Pondok Gede)
7. Donny Yahya, SE. selaku General Manager dari PT. Budi Kencana Megah Jaya (Plaza Pondok Gede)
8. Kedua Orangtua penulis, baik keluarga Tangkilisan dan juga keluarga Sianipar. Istri tersayang Retno Elizabeth dan Petrus M Tangkilisan IV (Paskal) anak dari penulis yang memberikan dorongan agar diselesaikannya tesis ini.

Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh Dosen dan staff administrasi Program Studi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhir kata penulis mengharapkan semoga penulisan karya akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca pada umumnya serta almamater tercinta.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Tesis.....	8
1.4 Manfaat dan Kegunaan Tesis.....	8
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Latar Belakang Perusahaan.....	9
2.2 Lingkup dan Bidang Usaha.....	10
2.3 Tantangan Bisnis.....	11
2.4 Proses Bisnis di Perusahaan.....	11
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
3.1 Kajian Teori.....	14

3.1.1	Pengertian Pemasaran Ritel dan Strategi Bauran Pemasaran Ritel.....	14
3.1.2	Pengertian Bauran Pemasaran 7P.....	16
3.1.3	Pengertian Pelayanan dan Kualitas Pelayanan.....	24
3.1.4	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	30
3.1.5	Teori Loyalitas Pelanggan.....	34
3.2	Penelitian Terdahulu.....	43
3.3	Kerangka Pemikiran.....	46
3.4	Hipotesis.....	47
BAB IV.	METODE PENELITIAN	
4.1	Desain Penelitian.....	49
4.2	Variabel Penelitian.....	49
4.2.1	Definisi Konsep.....	51
4.2.2	Definisi Operasional.....	52
4.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
4.4	Jenis dan Sumber Data.....	56
4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	56
4.6	Teknik Analisis Data.....	56
4.6.1	Uji Instrumen Validitas.....	56
4.6.2	Uji Instrumen Reliabilitas.....	57
4.7	Metode Analisis Data.....	58
4.7.1	Analisis Kuantitatif.....	58

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Uji Instrumen Validitas.....	62
5.2 Hasil Uji Instrumen Reliabilitas.....	63
5.3 Gambaran Umum Identitas Responden.....	63
5.4 Analisis Deskriptif Variabel.....	66
5.4.1 Produk.....	66
5.4.2 Harga.....	69
5.4.3 Proses.....	70
5.4.4 Kepuasan Konsumen.....	72
5.4.5 Loyalitas Konsumen.....	74
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	76
5.6 Analisis Data.....	79
5.6.1 Analisis Regresi Sederhana.....	79
5.6.2 Analisis Regresi Berganda Kepuasan Pelanggan.....	80
5.6.3 Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan.....	82
5.6.4 Analisis Model Dua Jalur.....	83
5.7 Pembahasan.....	86
5.7.1 Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	86
5.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	87
5.7.3 Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	88

5.7.4	Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	88
5.7.5	Pengaruh Proses Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
5.7.6	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	90
BAB VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	92
6.2	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....		94
LAMPIRAN.....		99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		122

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Pra-pengujian Kuesioner	6
1.2	Rekapitulasi Kendaraan Plaza Pondok Gede.....	7
3.1	Hubungan Sikap dan Perilaku Loyalitas	37
3.2	Hasil Penelitian Terdahulu.....	44
5.1	Hasil Uji Instrumen Validitas.....	62
5.2	Hasil Uji Instrumen Reliabilitas.....	63
5.3	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
5.4	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	64
5.5	Identitas Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	65
5.6	Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	65
5.7	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
5.8	Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	66
5.9	Tanggapan Responden Tentang Ragam Produk yang Dijual..	67
5.10	Tanggapan Responden Tentang Fasilitas Ruangan.....	67

5.11	Tanggapan Responden Tentang Gedung.....	68
5.12	Tanggapan Responden Tentang Sarana dan Prasarana.....	68
5.13	Tanggapan Responden Tentang Harga yang Ditawarkan.....	69
5.14	Tanggapan Responden Tentang Fasilitas Kredit.....	69
5.15	Tanggapan Responden Tentang Program Diskon.....	70
5.16	Tanggapan Responden Tentang Kemudahan Proses Transaksi	70
5.17	Tanggapan Responden Tentang Kecepatan Pelayanan Jika Terjadi Kecelakaan.....	71
5.18	Tanggapan Responden Tentang Perlengkapan Penjualan.....	71
5.19	Tanggapan Responden Tentang <i>Customer Service</i>	72
5.20	Tanggapan Responden Tentang Keramahan <i>Customer Service</i>	72
5.21	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Pelayanan Dengan Harapan.....	73
5.22	Tanggapan Responden Tentang Tingkat Kepuasan.....	73
5.23	Tanggapan Responden Tentang Tingkat Keinginan Berbelanja.	74
5.24	Tanggapan Responden Tentang Minat Membeli Kembali.....	74
5.25	Tanggapan Responden Tentang Kemampuan Mendorong Orang Lain Untuk Menggunakan Jasa.....	75
5.26	Tanggapan Responden Tentang Keinginan Untuk Tidak Berbelanja Pada Mall Lain.....	75
5.27	Hasil Output SPSS : Uji Multikolinearitas.....	77
5.28	Ringkasan Hasil Perhitungan Pengaruh terhadap Y.....	79

5.29	Ringkasan Hasil Perhitungan Regresi Berganda 1.....	80
5.30	Ringkasan Hasil Perhitungan Regresi Berganda 2.....	80
5.31	Nilai Koefisien Determinasi.....	82
5.32	Nilai Koefisien Determinasi.....	83



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Struktur Organisasi Plaza Pondok Gede.....	12
3.1	Bauran Pemasaran 7P.....	15
3.2	Diagram Alur Kerangka Pemikiran.....	47
4.1	Variabel Penelitian.....	50
5.1	Uji Normalitas.....	76
5.2	Grafik Plot.....	78

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Surat Ijin Survey Plaza Pondok Gede.....	99
2	Hasil Uji Instrumen Validitas & Reliabilitas.....	100
3	Hasil Uji Normalitas.....	104
4	Hasil Uji Multikolinearitas.....	107
5	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	110
6	Hasil Uji Korelasi Antar Variabel.....	113
7	Contoh Kuesioner Responden.....	117
8	Tabulasi Hasil Kuesioner.....	120

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA