

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of the Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Distribution) to Customer Satisfaction and its implications for Customer Loyalty, a case study in PT PGC Cikarang. Where the Product, Price, Promotion, Distribution as an independent variable, and Customer Satisfaction and Customer Loyalty as the dependent variable. This study used Survey Method, which spread to the Customer Questionnaire remained PT PGC. The sample used type of Accidental Sample. From this research concluded that, the Price variable is a variable that strong affects to the Customer Satisfaction and Customer Loyalty, while the variable Product, Promotion, Distribution, does not significantly influence to the Customer Satisfaction and Customer Loyalty. The results also showed a strong relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty. In this regard, it is suggested PT PGC to focus on the Price factor, in particular the Provision of Discounts and Terms of Payment in order to keep Customers Satisfied and implications for Customer Loyalty

Keywords: *Product, Price, Promotion, Distribution, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran yang terdiri dari : Produk, Harga, Promosi, Distribusi, terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan, Studi Kasus di PT PGC Cikarang. Dimana Produk, Harga, Promosi, Distribusi sebagai variabel independen, dan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan menggunakan Metode Survey, dimana kuesioner disebar kepada pelanggan tetap PT PGC. Sampel yang digunakan jenis *Accidental Sample*. Dari Hasil Penelitian didapatkan Harga merupakan variabel yang sangat berpengaruh kuat terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, sedangkan variabel Produk, Promosi, Distribusi, tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Hasil Penelitian juga menunjukkan pengaruh yang kuat antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan. Sehubungan dengan hal tersebut, disarankan PT PGC Cikarang untuk fokus terhadap variabel Harga, khususnya Pemberian Diskon dan Lamanya Pembayaran agar pelanggan tetap mendapatkan Kepuasan Pelanggan sehingga berimplikasi kepada Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan dan implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di PT PGC, Cikarang)

Bentuk Tesis : Riset

Nama : Sugeng Budi Rahardjo

NIM : 55112120247

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Februari 2015

Mengesahkan

Pembimbing Utama

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, M.Si

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi

Magister Manajemen

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Dr. Augustina

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan dan implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di PT PGC, Cikarang)

Bentuk Tesis : Riset

Nama : Sugeng Budi Rahardjo

NIM : 55112120247

Program : Magister Manajemen

Tanggal : ... Februari 2015

Merupakan Hasil Studi Magister Manajemen, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh Gelar Kesarjanaan pada Program Sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, ... Februari 2015

Sugeng Budi Rahardjo

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadirat Allah Yang Maha Kuasa, yang telah memberikan karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di PT PGC, Cikarang)”.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana.

Bimbingan dorongan dan bantuan dari berbagai pihak sangat membantu dalam menyusun tesis ini, untuk itu penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, M.Si. Selaku Pembimbing Utama yang bersedia memberikan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulisan tesis ini.
2. Dr. Ir. Achmad Fahrodji, selaku Penguji yang memberikan arahan selama sidang.
3. Priyono SE, ME, selaku Ketua Sidang yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan tesis ini.

4. Seluruh Dosen Pengajar, Staf dan Karyawan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana, yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis.
5. Kepada Pimpinan dan Karyawan PT PGC, Cikarang yang telah memberikan Akses Informasi dan Data kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan tesis ini.

Penulis berharap tesis ini berguna bagi pembaca.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Februari 2015

Penulis,

Sugeng Budi Rahardjo

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB IPENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, Batasan Masalah	12
1.2.1. Identifikasi Masalah	12
1.2.2. Rumusan Masalah.....	14
1.2.3. Batasan Masalah	16
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	16
1.3.1. Maksud Penelitian	16
1.3.2. Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	17
1.4.1. Manfaat Penelitian	17
1.4.2. Kegunaan Penelitian	18

BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1	Sejarah Singkat Perusahaan	19
2.2	Lingkup Usaha	22
2.3	Visi Misi.....	23
2.4	Sumber Daya Perusahaan.....	24
2.5	Proses Bisnis	26
2.5	Tantangan bisnis	27

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

DAN HIPOTESIS

3.1	Kajian Pustaka	29
3.1.1	Bauran pemasaran	30
3.1.2	Produk	30
3.1.3	Harga	35
3.1.4	Promosi	39
3.1.5	Distribusi	43
3.1.6	Kepuasan Pelanggan	46
3.1.7	Loyalitas Pelanggan.....	51
3.1.8	Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	54
3.1.9	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
3.1.10	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
3.1.11	Pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
3.1.12	Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62

3.1.13 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	62
3.1.14 Pengaruh Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	65
3.1.15 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	69
3.1.16 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	74
3.1.17 Pengaruh Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	77
3.1.18 Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan	77
3.2. Penelitian Terdahulu	78
3.3. Kerangka Pemikiran	85
3.4. Hipotesis	85
 BAB IV. METODE PENELITIAN	
4.1 Jenis Desain Penelitian.....	87
4.2 Ruang Lingkup	87
4.3 Lokasi Penelitian	88
4.4 Pendekatan Penelitian	88
4.5 Variabel Penelitian	89
4.5.1 Definisi Konsep	89
4.5.2 Definisi Operasional	91
4.5.3 Skala Pengukuran Variabel	97
4.6 Populasi dan Sampel Penelitian	97
4.6.1 Populasi	97
4.6.2 Populasi Sampel	98
4.7 Jenis Data dan Sumber Data	99

4.7.1	Data Primer	99
4.7.2	Data Skunder	99
4.8	Uji Kualitas Data	100
4.8.1	Uji Validitas	100
4.8.2	Uji Reliabilitas	101
4.9	Uji Asumsi Klasik	102
4.9.1	Uji Normalitas	103
4.9.2	Uji Multikolinearitas	103
4.9.3	Uji Heterokedastisitas	105
4.10	Analisis Jalur	107
4.10.1	Diagram Jalur dan Persamaan Struktur.....	106
4.10.2	Koefisien Jalur	107
4.10.3	Koefisien Determinasi dan Koefisien Residu	108
4.10.4	Pengujian Koefisien Jalur (Simultan/ Parsial).....	109
4.11	Hipotesis	110
4.11.1	Uji Signifikansi	110
4.11.2	Uji Parsial (Uji T)	111
4.11.3	Uji Simultan (Uji F)	112
4.11.4	Persamaan Struktural	113
4.11.5	Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, Total	114
4.11.6	Pengujian Kesesuaian Model (Koefisien Q)	116
4.11.7	Matriks Korelasi Dimensi	116

BAB V. HASIL DAN ANALISIS

5.1. Karakteristik Responden	120
5.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	122
5.3. Uji Normalitas.....	125
5.4. Uji Heterokedastisitas	126
5.5. Uji Multikolinearitas	127
5.6. Pengujian Korelasi	129
5.7. Analisis Jalur	131
5.7.1. Menghitung Koefisien Jalur.....	132
5.7.1.1. Koefisien Jalur Sub Struktur 1	132
5.7.1.2. Koefisien Jalur Sub Struktur 2	133
5.7.2. Diagram Analisis Jalur.....	135
5.7.3. Pengujian Hipotesis	136
5.7.3.1. Uji F (Simultan) terhadap Persamaan Sub struktur 1	136
5.7.3.2. Uji T (Parsial) terhadap Persamaan Sub Struktur 1.....	137
5.7.3.3. Uji F (Simultan) terhadap Persamaan Sub struktur 2	144
5.7.3.4. Uji T (Parsial) terhadap Persamaan Sub Struktur 2.....	146
5.7.4. Koefisien Determinasi	153
5.7.5. Diagram Jalur Sesudah Uji Signifikansi	156

5.7.6. Perhitungan Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, Total, pada sub Struktur 1 dan 2	158
5.7.7. Uji Kesesuaian Model : Koefisien Q	159
5.8. Analisis Dimensi	162

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	164
6.2. Saran	166

DAFTAR PUSTAKA	169
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	174
-----------------------	-----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	190
-----------------------------------	-----



DAFTAR TABEL

Tabel I.1.	Daftar Perusahaan Pemesan PT PGC, Tahun 2011- 2013	5
Tabel I.2.	Faktor penyebab pelanggan pindah dari PT. PGC	6
Tabel I.3.	Analisis Persaingan Perusahaan Sejenis dengan PT. PGC	8
Tabel I.4.	Analisis persaingan berdasarkan varian produk	9
Tabel III.1.	Penelitian Terdahulu	79
Tabel IV.1.	Operasional Variabel	92
Tabel IV.2.	Indeks Reliabilitas dan Interpretasinya	102
Tabel IV.3.	Matriks Korelasi Dimensi antar variabel	118
Tabel V.1.	Sebaran Data Responden	120
Tabel V.2.	Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas	123
Tabel V.3.	Tabel Kolmogorof dan Smirnov	126
Tabel V.4.	Hasil Uji Multikolinearitas	128
Tabel V.5.	Uji Korelasi Antar Variabel	129
Tabel V.6.	Interpretasi Koefisien Korelasi	130
Tabel V.7.	Resume Hubungan Antar Variabel.....	130
Tabel V.8.	Koefisien Jalur Sub Struktur 1	132
Tabel V.9.	Koefisien Determinasi Sub Struktur 1	132
Tabel V.10.	Nilai Koefisien Jalur Sub struktur 1	133
Tabel V.11.	Nilai Koefisien Jalur Sub Struktur 2	134
Tabel V.12.	Koefisien Determinasi Sub Struktur 2	134
Tabel V.13.	Nilai Koefisien Sub Struktur 2.....	135
Tabel V.14.	Uji F Sub struktur 1	136
Tabel V.15.	Uji T Sub Struktur 1	137
Tabel V.16.	Uji Parsial Sub Struktur 2	144
Tabel V.17.	Uji Simultan Sub Struktur 2	145

DAFTAR TABEL (Sambungan)

Tabel V.18. Hasil Uji T Sub Struktur 1	146
Tabel V.19. Hasil Uji parsial Sub Strktur 1	153
Tabel V.20. Rekap Koefisien Determinasi .Sub Struktur 1.....	154
Tabel V.21. Rekap Koefisien Determinasi Sub Struktur 2	155
Tabel V.22. Perhitungan Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, Total	158
Tabel V.23. Matriks Korelasi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	159



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1.	Struktur Organisasi Kompas Gramedia Grup	20
Gambar II.1.	Struktur Organisasi PT. PGC	25
Gambar III.1.	Konsep Kepuasan Pelanggan	47
Gambar III.2.	Kerangka Berfikir	85
Gambar IV.1	Hubungan Langsung Satu Variabel Bebas	107
Gambar IV.2.	Hubungan Langsung Dua Variabel Bebas	108
Gambar IV.3.	Diagram Jalur Penelitian	115
Gambar V.1.	Gambar grafik QQ <i>Plot of Normalities</i>	125
Gambar V.2.	Grafik Plot	127
Gambar V.3.	Gambar diagram Jalur Lengkap	135
Gambar V.4.	Diagram Jalur Sub Struktur 1	156
Gambar V.5.	Diagram Jalur Sub Struktur 2	157
Gambar V.6.	Diagram Koefisien Jalur Lengkap	157

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Kuesioner	172
Lampiran 1	Data Olahan Kuesioner	177
Lampiran 2	Data SPSS Validitas Reliability Produk	178
Lampiran 3	Data SPSS Validitas Reliability Harga	179
Lampiran 4	Data SPSS Validitas Reliability Promosi	180
Lampiran 5	Data SPSS Validitas Reliability Distribusi	181
Lampiran 6	Data SPSS Validitas Reliability Kepuasan	182
Lampiran 7	Data SPSS Validitas Reliability Loyalitas	183
Lampiran 8	Data SPSS Kolmogorov Smirnov	184
Lampiran 9	Uji Multikolinearitas	185
Lampiran 10	Data SPSS Anova Sub Struktur 1	186
Lampiran 11	Data SPSS Anova Sub Struktur 2	187
Lampiran 13	Korelasi Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Kepuasan ..	189
Lampiran 14	Korelasi kepuasan loyalitas	190

UNIVERSITAS
MERCU BUANA