



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK
MINUMAN "TEBS"
(STUDI KASUS KONSUMEN DI KECAMATAN TAYU KABUPATEN PATI)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

BHAYU SORAYA

NIM. 2009-11-039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2013**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PRODUK MINUMAN "TEBS"
(STUDI KASUS KONSUMEN DI KECAMATAN TAYU KABUPATEN PATI)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,

2013

Mengetahui,

Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM
NIS. 0610701000001179

Dr. SUPRIYONO, SE, MM
NIS. 0610701000001176

Mengetahui,

Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIS. 0610702010101021

IWAN SUROSO, SE, MM
NIS. 0610701000001178

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Tuntut ilmu dan belajarlaha (untuk ilmu) ketenangan dan kehormatan diri dan bersikaplah rendah hati (Tawadhu) kepada orang yang mengajar kamu”

(Sabda Rosulullah SAW, HR At. Tirmidzi Ibnu Majah)



PERSEMBAHAN :

1. Ibu dan Bapak tercinta
2. Keluarga besarku
3. Sahabat-sahabatku
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK MINUMAN "TEBS" (STUDI KASUS KONSUMEN DI KECAMATAN TAYU KABUPATEN PATI)**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Penulis Skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Dr. Supriyono, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Iwan Suroso, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.

5. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan bantuan do'a restu dorongan dan bantuan moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat selesai.
6. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat
Amin.

Kudus, 2013

Penulis

BHAYU SORAYA
NIM. 2009-11-039

ABSTRAKSI / RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA 1 2013

- A. Nama Penyusun : BHAYU SORAYA
B. Judul Skripsi : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(*MARKETING MIX*) TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PRODUK MINUMAN "TEBS"
(STUDI KASUS KONSUMEN DI KECAMATAN
: TAYU KABUPATEN PATI)**
C. Jumlah Halaman : Permulaan xiv, isi 90, Tabel 23, Gambar 8
D. Ringkasan

Bauran pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis suatu usaha apabila perusahaan itu dapat menggunakan bauran-bauran pemasaran dengan tepat dan akurat. Sebagai pemain baru, ternyata dengan konsep bauran pemasaran tersebut TEBS cukup sukses meraup pasar minuman domestik. Penulis mencoba melakukan penelitian ini untuk mengetahui seberapa jauhkah pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) terhadap loyalitas konsumen produk minuman "TEBS".

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah produk, harga, distribusi, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen minuman "TEBS" di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati baik secara parsial dan secara berganda?. Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen minuman "TEBS" di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati baik secara parsial dan secara berganda.

Variabel dependen dalam penelitian adalah Loyalitas Konsumen (Y), sedangkan variabel independen meliputi: Produk (X1), Harga (X2), Distribusi (X3) dan Promosi (X4). Jenis sumber data adalah data primer. Populasi adalah seluruh konsumen minuman "TEBS" di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati, sedangkan sampel penelitian ini sebanyak 98 orang. Pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Pengolahan Data menggunakan metode proses *editing*, proses *coding*, proses *scoring* dan tabulasi. Uji Instrumen Data meliputi: Uji Instrumen Validitas, Uji instrumen reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, dan kuantitatif meliputi analisis regresi berganda, pengujian hipotesis; uji t dan Uji F, Koefisien Determinan (*Adjusted R²*).

Berdasarkan hasil pengujian dugaan penelitian menggunakan analisis regresi, uji hipotesis, dan koefisien determinasi diperoleh kesimpulan sebagai berikut ini.

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel produk terhadap loyalitas konsumen produk minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati, didasarkan dari nilai t_{hitung} sebesar $3,270 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$, dan *prob. Sig* sebesar $0,002$ tingkat signifikan di bawah $0,05$.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga terhadap loyalitas konsumen produk minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati, didasarkan dari nilai t_{hitung} sebesar $4,612 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$, dan *prob. Sig* sebesar $0,000$ tingkat signifikan di bawah $0,05$.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel distribusi terhadap loyalitas konsumen produk minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati, didasarkan dari nilai t_{hitung} sebesar $4,909 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$, dan *prob. Sig* sebesar $0,000$ tingkat signifikan di bawah $0,05$.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap loyalitas konsumen produk minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati didasarkan dari nilai t_{hitung} sebesar $4,498 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$, dan *prob. Sig* sebesar $0,000$ tingkat signifikan di bawah $0,05$.
5. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap loyalitas konsumen produk minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati secara berganda yang didasarkan dari nilai F_{hitung} sebesar $279,259 > F_{tabel}$ sebesar $2,470$, dan *prob. Sig* sebesar $0,000$ tingkat signifikan di bawah $0,05$. Sedangkan kontribusi (sumbangan) atau nilai koefisien determinansi sebesar 92% , sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 92\%) = 8\%$ dipengaruhi oleh faktor lain.

E. Daftar buku yang digunakan : 23 (tahun 2001-2012).

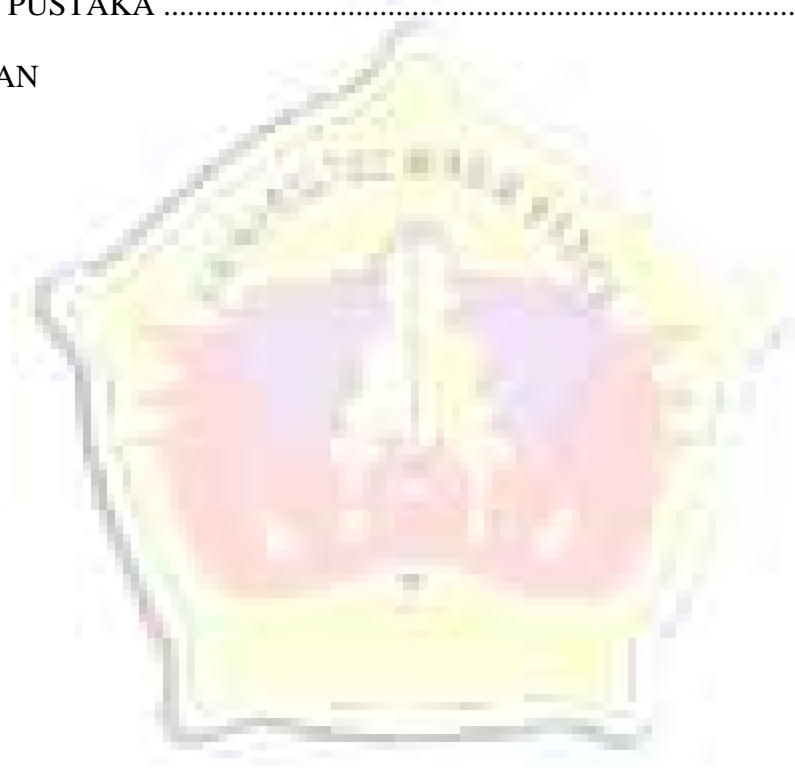
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pemasaran	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.3. Pengertian Konsep Pemasaran	9
2.2. Bauran Pemasaran	9
2.2.1. Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9

	Halaman
2.2.2. Elemen-elemen Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	10
2.3. Loyalitas Konsumen	21
2.4. Hubungan Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen	27
2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.6. Kerangka Pemikiran.....	32
2.7. Hipotesis	32
BAB. III. METODE PENELITIAN	33
3.1. Rancangan Penelitian	33
3.2. Variabel Penelitian	33
3.3. Jenis dan Sumber Data	40
3.4. Penentuan Populasi dan Sampel	40
3.5. Metode Pengumpulan Data	42
3.6. Pengolahan Data	42
3.7. Uji Instrumen	43
3.7.1. Uji Instrumen Validitas	44
3.7.2. Uji Instrumen Reliabilitas	44
3.7.3. Uji Normalitas	45
3.7.4. Uji Linieritas	45
3.8. Analisis Data	46
3.8.1. Analisis Deskriptif	46
3.8.2. Analisis Kuantitatif	46

	Halaman
3.8.2.1. Analisis Regresi	47
3.8.2.2. Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	44
	50
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
4.1.1. Profil Kecamatan Tayu Kabupaten Pati	51
4.1.2. Desa/Kelurahan Kecamatan Tayu Kabupaten Pati	52
4.1.3. Pendidikan di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati	52
4.1.4. Profil Produk Minuman “TEBS”	54
4.2. Uji Instrumen Data	54
4.2.1. Uji Validitas	55
4.2.2. Uji Reliabilitas	59
4.2.3. Uji Normalitas	60
4.2.4. Uji Linieritas	62
4.3. Penyajian Data	67
4.3.1. Deskripsi Responden	67
4.3.2. Penilaian Responden terhadap Variabel Produk, Harga, Distribusi, Promosi dan Loyalitas Konsumen Produk Minuman ”TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati	69
4.4. Analisis Data	74
4.4.1. Analisis Regresi.....	74
4.4.2. Uji Hipotesis	76

	Halaman
4.4.3. Besar Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	83
4.5. Pembahasan	83
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1. Kesimpulan	86
5.2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.2. Tabel Z (penentuan sampel).....	41
4.1. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Produk	55
4.2. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Harga	56
4.3. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Distribusi	57
4.4. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Promosi	58
4.5. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Loyalitas Promosi	59
4.6. Hasil Pengujian Reliabilitas	60
4.7. Hasil Uji Normalitas	62
4.8. Jenis Kelamin	67
4.9. Umur	68
4.10. Pekerjaan Responden	68
4.11. Tanggapan Responden terhadap Produk Minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati	69
4.12. Tanggapan Responden terhadap Harga Minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati	70
4.13. Tanggapan Responden terhadap Distribusi Minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati	71

4.14. Tanggapan Responden terhadap Promosi Minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati	72
4.15. Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Konsumen Minuman “TEBS” di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati	73
4.16. Hasil Output Estimasi dan Uji t/ Regresi Parsial	74
4.17. Hasil Estimasi Regresi	75
4.18. Uji Hipotesis Pengaruh secara Parsial Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	77
4.19. Hasil Output Uji F	82
4.20. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F	82



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Hubungan antara Proses Adopsi dengan AIDA	20
2.2. Profit <i>generator System</i>	25
2.3. Kerangka Pemikiran	31
4.1 Grafik <i>Normal Probability Plot</i> Produk, Harga, Distribusi, Promosi, terhadap Loyalitas Konsumen	61
4.2. Gambar Uji Linieritas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	63
4.3. Uji Linieritas Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	64
4.4. Uji Linieritas Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen	65
4.5. Uji Linieritas Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen ...	66