

ABSTRACT

One way in improving customer loyalty is by application of 7P and STP, research indicates that customer loyalty is influenced by the 7P and STP. Therefore, the aim of this study is to investigate and analyze the influence of 7P and STP on consumer loyalty (R & D Salon) by measuring the credibility of the strategy that is owned salon R & D in the form of 7P and STP. This research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents consisting of visitors salon R & D. after doing this research it is known that there is a positive relationship between the 7P and STP with customer loyalty salon R & D. This can be seen from the calculation 7P against loyalty to the value of 0.000 obtained sig, it means there are influence between 7P loyalty. In addition it also obtained the results of correlation or relationship that is equal to 0.355. This means a positive relationship, the direction, but low. The results revealed the influence of the number of R Square value that is equal to 0.126 or 12.6%, 12.6% means that the variables X1 to provide the effect or contribution to the loyalty, while 87.4% are influenced by other factors. While STP loyalty sig obtained at 0.018, meaning that there are influence between STP loyalty. In addition it also obtained the results of correlation or relationship that is equal to 0.236. This means a positive relationship, the direction, but low. The results revealed the influence of the number of R Square value that is equal to 0.056 or 5.6%, meaning 5.6% variable X2 to give effect or contribution to the loyalty, while 94.4% dipengaruhi by other factors. The contribution of the influence of marketing strategies on customer loyalty has an influence of 12.0%, while the remaining 88.0% influenced by other factors or explained by other variables not included in the study. But the authors attach a journal obtained from Yasid 2006, stating that the customer value, customer characteristic, switching barrier, Customer satisfaction, commitment to customers, warranty services and integrated communications.

Keyword: 7P, STP, Customer Loyalty, Marketing Strategy

ABSTRAK

Suatu cara dalam meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan cara penerapan 7P dan STP, riset mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh 7P dan STP. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh 7P dan STP terhadap loyalitas konsumen (R&D salon) dengan cara mengukur kredibilitas strategi yang dimiliki salon R&D berupa 7P dan STP. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 100 responden yang terdiri dari pengunjung salon R&D. Setelah dilakukannya penelitian ini maka diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara 7P dan STP dengan loyalitas pelanggan salon R&D. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan 7P terhadap loyalitas dengan nilai sig didapat sebesar 0,000, artinya terdapat pengaruh antara 7P terhadap loyalitas. Selain itu didapat pula hasil korelasi atau hubungan yaitu sebesar 0,355. Hal ini memiliki arti hubungan yang positif, searah, namun rendah. Hasil angka pengaruh dinyatakan dari nilai R Square yaitu sebesar 0,126 atau sebesar 12,6%, artinya sebesar 12,6% variabel X1 memberikan pengaruh atau kontribusi terhadap loyalitas sedangkan 87,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan STP terhadap loyalitas nilai sig didapat sebesar 0,018, artinya terdapat pengaruh antara STP terhadap loyalitas. Selain itu didapat pula hasil korelasi atau hubungan yaitu sebesar 0,236. Hal ini memiliki arti hubungan yang positif, searah, namun rendah. Hasil angka pengaruh dinyatakan dari nilai R Square yaitu sebesar 0,056 atau sebesar 5,6%, artinya sebesar 5,6% variabel X2 memberikan pengaruh atau kontribusi terhadap loyalitas sedangkan 94,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Kontribusi pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas

konsumen memiliki pengaruh sebesar 12,0%, sedangkan sisanya 88,0% dipengaruhi oleh faktor lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Namun penulis melampirkan jurnal yang diperoleh dari Yasid 2006, menyatakan bahwa customer value, customer characteristic, switching barrier, Customer satisfaction, komitmen terhadap pelanggan, garansi jasa dan komunikasi terintegrasi.

Kata kunci: 7P, STP, Customer Loyalty, Marketing Strategy

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GRAFIK	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Maksud dan Tujuan	4
1.5 Kegunaan Penelitian	4
1.6 Kerangka Pemikiran	5
1.7 Metode Penelitian	9
1.8 Lokasi Penelitian	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOSETIS

STRATEGI PEMASARAN

2.1.1 Pengertian Strategi.....	13
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2 Strategi pemasaran.....	20
2.2.1 Faktor Penentu Strategi Pemasaran.....	22
2.3 Bauran Pemasaran 7P.....	25
2.4 Segmenting, Targeting dan Positioning.....	27
2.4.1 Segmentasi.....	27
2.4.2 Target Pasar.....	29
2.4.3 Penempatan.....	30
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	31

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.2.1 Jenis Penelitian.....	43
3.3 Operasional variabel.....	43
3.3.1 Variabel Indikator dan Skala Pengukuran.....	47
3.4.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.4.2 Penentuan Jumlah Sampel.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	50

3.6 Alat Analisis.....	51
3.6.1 Analisis Kualitatif.....	51
3.6.2 Analisis Kuantitatif.....	51
3.6.2.1 Uji Reliabilitas.....	51
3.6.2.2 Uji Validitas.....	52
3.6.2.3 Analisis Regresi Berganda.....	53
3.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
3.7.1 Hasil Pengujian Validitas.....	55
3.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden.....	59
4.1.1 Tanggapan Responden Terhadap 7P.....	62
4.1.2 Tanggapan Responden Terhadap STP.....	67
4.1.3 Tanggapan Loyalitas Responden.....	71
4.1.4 Hipotesis 1.....	73
4.1.5 Hipotesis 2.....	75
4.1.6 Hipotesis 3.....	77
4.2 Pembahasan.....	79
4.2.1 Pembahasan 7P.....	79
4.2.2 Pembahasan STP.....	81
4.2.3 Pembahasan Loyalitas.....	82
4.2.4 Interpretasi.....	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan kerangka pemikiran.....	9
--	---

DAFTAR TABEL

3.1 Indikator Variabel independen dan skala pengukuran.....	45
3.2 Indikator Variabel independen dan skala pengukuran.....	47
Bab 3.I Uji Variabel attractiveness.....	56
Bab 3.II Uji Variabel Trustworthiness.....	56
Bab 3.III Uji Variabel Loyalitas.....	57
Bab 3.IV Uji Variabel Reliabilitas.....	58
Bab 4.I Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
Bab 4.II Karakteristik responden berdasarkan usia.....	60
Bab 4.III Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran.....	60
Bab 4.IV Karakteristik responden berdasarkan kunjungan.....	61
Bab 4.V Tanggapan responden terhadap 7P.....	62
Bab 4.VI Tanggapan responden terhadap STP.....	67
Bab 4.VII Tanggapan responden terhadap Loyalitas.....	71
Bab 4.IIX Hipotesis 1.....	73
Bab 4.IX Hipotesis 2.....	75
Bab 4.X Hipotesis 3.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner penelitian.....	88
Lampiran B Data input responden.....	91
Lampiran C Hasil uji Validitas Reliabilitas dan Hipotesis.....	96
Lampiran D Jurnal Pendukung.....	110