

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi Kota Karawang membuat banyak bermunculan rumah makan baru. Sehingga mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat di antara rumah makan, hal ini mengakibatkan rumah makan “FAN-YU” harus bersaing secara kompetitif dengan pesaing lama dan pesaing baru. Dalam persaingannya, rumah makan “FAN YU” harus berusaha menyusun strategi bauran pemasaran untuk menggabungkan unsur-unsur produk dan jasa dengan harapan dapat menarik konsumen untuk datang dan membeli produk dan jasa yang ditawarkannya. Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui dan menganalisis bauran pemasaran yang terdiri dari *product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence*, 2) untuk mengetahui dan menganalisis loyalitas konsumen, 3) untuk mengetahui dan menganalisis besar pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen, dan 4) untuk mengetahui dan menganalisis manakah diantara dimensi bauran pemasaran, yaitu *product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence* yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian dengan metode survey deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan sistem *random sampling*, dengan sampel sebanyak 88 responden. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian adalah bauran pemasaran yang dilakukan oleh rumah Makan “FAN-YU” Kota Karawang sudah berjalan baik, kemudian loyalitas pelanggan di rumah makan “FAN YU” sudah baik. Sedangkan besar pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di rumah makan “FAN YU” adalah 0,815. Sedangkan besarnya dimensi *product* terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,052, kemudian besar pengaruh *place* terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,201. Selanjutnya besarnya pengaruh *promotion* terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,318. *Price* juga memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,401, dan *people* memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,357. *Process* yang dilakukan oleh rumah makan “FAN YU” dalam menyiapkan pesan pelanggan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,094, dan *physical evidence* memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen Rumah Makan “FAN-YU” sebesar 0,113. Secara keseluruhan bauran pemasaran mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Makan “FAN YU”. Dimensi bauran pemasaran, yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Rumah Makan “FAN-YU” Kota Karawang adalah harga (*price*).

Kata-kata kunci: Bauran pemasaran, rumah makan, loyalitas, regresi berganda.

ABSTRACT

Economic development of Karawang city has made many new restaurants were emerged which makes an intense competition between the restaurants. "FAN-YU" restaurant as one of a player in the industry has to compete with the old rivals and also to new competitors. The strategy that "FAN YU" has done is through the marketing mix strategies and hoping to entice consumers to come and buy products and services it offers. The purpose of this study is 1) to investigate and analyze the marketing mix that consists of product, place, promotion, price, people, process and physical evidence, 2) to identify and analyze customer loyalty, 3) to identify and analyze the influence of the marketing mix to customer loyalty, and 4) to identify and analyze which dimension of the marketing mix, namely product, place, promotion, price, people, process and physical evidence, has the most dominant influence to customer loyalty.

The study was a descriptive survey method and sampling random sampling was used in the research which size of 88 respondents. Analysis of the data in this research is multiple linear regressions.

Result of the study have shown the marketing mix "FAN YU" restaurant has been managed well and makes customer loyalty in the "FAN YU" restaurant, it is shown through the influence of the marketing mix on customer loyalty in the restaurant "FAN YU" is 0.815. While the amount of product dimensions on customer loyalty is equal to 0.052 and place has influence on customer loyalty as big as 0.201. Promotion has amounted to 0.318 influenced to customer loyalty while price has an impact on customer loyalty by 0.40. People who work in "FAN YU" restaurant has influenced customer loyalty by 0.357. Process has carried out by the restaurant "FAN YU" has given effect to the customer loyalty as big as 0.094, and physical evidence has given effect to consumer loyalty restaurant "FAN YU" City of Karawang of 0.113. The most dominant influence on customer loyalty from all the marketing mix to "FAN YU" restaurant is the price.

Key words: Marketing mix, restaurant, loyalty, multiple regression

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran	10
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
2.2.2 Produk	11
2.2.3 <i>Place</i>	19
2.2.4 <i>Promotion</i>	23
2.2.5 <i>Price</i>	25
2.2.6 <i>People</i>	31
2.2.7 <i>Process</i>	32
2.2.8 <i>Physical Evidence</i>	33
2.3 Loyalitas.....	33
2.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	34
2.3.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	35

2.3.3 Jenis-jenis Loyalitas	35
2.4 Kerangka Pemikiran	38
2.5 Hipotesis	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	46
3.2 Metode Penelitian	48
3.2.1 Desain dan Jenis Penelitian	49
3.2.2 Operasional Variabel	50
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	52
3.2.4 Populasi, Sampling dan Teknik Sampling	53
3.2.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	55
3.2.6 Teknik analisis data	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	63
4.1.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	63
4.1.2 Data Profil Responden	67
4.1.3 Deskripsi Bauran Pemasaran yang dilakukan Oleh Rumah Makan “FAN YU”	76
4.1.3.1 Produk	76
4.1.3.2 Tempat / <i>Place</i>	81
4.1.3.3 Promosi / <i>Promotion</i>	86
4.1.3.4 Harga / <i>Price</i>	90
4.1.3.5 Orang / <i>People</i>	95
4.1.3.6 Proses / <i>Process</i>	99
4.1.3.7 Bukti fisi / <i>Physical Evidence</i>	103
4.1.4 Deskripsi loyalitas Konsumen Rumah Makan “FAN YU”	107
4.2 Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Makan “FAN YU”	115
4.2.1 Hasil Regresi Linier Berganda	115

4.2.2 Pengujian Hipotesis	120
4.2.3 Analisis Koefisien Determinan (R^2)	125
4.2.4 Dimensi bauran pemasaran, yaitu <i>product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence</i> yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen	126

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	129
5.2 Saran	130

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Konsumen Rumah Makan “FAN YU” September 2011 – Januari 2012	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	51
Tabel 4.1 Validitas Bauran Pemasaran	65
Tabel 4.2 Validitas Loyalitas Pelanggan	66
Tabel 4.3 Relabilitas Kuesiner	67
Tabel 4.4 Usia Responden	68
Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden	69
Tabel 4.7 Penghasilan dalam setiap Bulannya	70
Tabel 4.8 Pengeluaran Responden Dalam Tiap Bulannya	71
Tabel 4.9 Jumlah Kunjungan Ke Rumah Makan “FAN YU”	72
Tabel 4.10 Rasa makanan	73
Tabel 4.11 Harga Makanan	74
Tabel 4.12 Letak Rumah Makan	75
Tabel 4.13 Pelayanan Rumah Makan “FAN YU”	75
Tabel 4.14 Konsumen Mengenal Rumah Makan “FAN YU” di Kota Karawang.....	77
Tabel 4.15 Mutu Makan di Rumah Makan “FAN YU” Sangat baik	78
Tabel 4.16 Masakan di Rumah Makan “FAN YU” sangat enak dan bersih ...	79
Tabel 4.17 Pelayanan yang Diberikan Oleh Rumah Makan “FAN YU” sangat Memuaskan	80
Tabel 4.18 Lokasi Rumah Makan “FAN YU” Sangat Strategis Letaknya	82
Tabel 4.19 Lokasi Rumah Makan “FAN YU” Dekat dengan Fasilitas Umum	83
Tabel 4.20 Letak Rumah Makan “FAN YU” Mudah Dicapai Dengan Angkutan Umum	84
Tabel 4.21 Biaya Transportasi ke Rumah Makan “FAN YU” Sangat Murah ..	85
Tabel 4.22 Pelanggan Sering Melihat Iklan Rumah Makan “FAN YU” di Koran Daerah ini	86

Tabel 4.23 Pemberian Souvenir di Rumah Makan “FAN YU”	88
Tabel 4.24 Pemberitaan di Media Tentang Rumah Makan “FAN YU” Sering dilakukan (<i>Public Relation</i>).....	89
Tabel 4.25 Harga Makanan di Rumah Makan “FAN YU” Sesuai Kualitas Makanannya	90
Tabel 4.26 Rumah Makan “FAN YU” Memberikan Diakon Yang Menarik Kepada Konsumen Yang Sering Berkunjung	91
Tabel 4.27 Rumah Makan “FAN YU” Memberikan Potongan Harga Bagi Konsumen Yang Membeli Dengan Jumlah Banyak	93
Tabel 4.28 Syarat Pembayaran di Rumah Makan “FAN YU” Dapat Dilakukan Dengan Cash dan Kartu Kredit/Debit	94
Tabel 4.29 Sikap Ramah Selalu Ditunjukkan Oleh Pelayan Terhadap Konsumen yang Datangdi Rumah Makan “FAN YU”	95
Tabel 4.30 Karyawan dan Pelayan di Rumah Makan “FAN YU” Selalu Bertindak Sesuai Dengan Keinginan Konsumennya	96
Tabel 4.31 Penampilan Karyawan di Rumah Makan “FAN YU” Selalu Rapi dan Ramah	97
Tabel 4.32 Konsumen Merasa Puas Dengan Layanan Karyawan dan Pelayan di Rumah Makan “FAN YU”	98
Tabel 4.33 Pesanan Makanan Pelanggan di Rumah Makan “FAN YU” Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan	99
Tabel 4.34 Pelayan di Rumah Makan “FAN YU” Selalu Menyajikan Makanan Dengan Cepat	100
Tabel 4.35 Pelayan di Rumah Makan “FAN YU” selalu Memberikan Biil / tagihan Kepada Konsumen	101
Tabel 4.36 Pemesanan Makanan di Rumah Makan “FAN YU” Dapat Dilakukan Dengan Mudah	102
Tabel 4.37 Brosur / Menud di Rumah Makan “FAN YU” Sangat Bagus	103
Tabel 4.38 Ruangan Yang Sagat Luas dan Nyaman	104
Tabel 4.39 Rumah Makan “FAN YU” Ada Fasilitas Umum Untuk Konsumen	105

Tabel 4.40 Rumah Makan “FAN YU” Ada Parkir Kendaraan Yang Sangat Luas, Nyaman, Aman dan Teratur	106
Tabel 4.41 Pelanggan Selalu Melakukan Pembelian Secara Teratur di Rumah Makan “FAN YU”	108
Tabel 4.42 Pelanggan Selalu Ingin Menikmati Kembali Makanan di Rumah Makan “FAN YU”	109
Tabel 4.43 Pelanggan Juga Selalu Menikmati Minuman dan Kue-Kue di Rumah Makan “FAN YU”	110
Tabel 4.44 Pelanggan Selalu Menolak Produk Lain Selain Produk Rumah Makan “FAN YU”	111
Tabel 4.45 Pelanggan Tidak Tertarik Untuk Makan Di Rumah Makan Pesaing Rumah Makan “FAN YU”	112
Tabel 4.46 Pelanggan Selalu Mengajak Keluarga dan Rekan-Rekan Untuk Makan di Rumah Makan “FAN YU”	113
Tabel 4.47 Pelanggan Selalu Mempromosikan Rumah Makan “FAN YU” ...	114
Tabel 4.48 Hasil Rergresi Pengaruh Faktor X Terhadap Y	116
Tabel 4.49 Pengujian Secara Serentak	125
Tabel 4.50 Hasil Koefisien Determinan	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	44
------------------------------------	----