

ABSTRACT

The development of transportation especially tourism transportation began to increase, causing the number of competitors to compete. In competitions, the Bus Company Tourism Suryaputra further improve effectiveness and efficiency at a cost, in addition to the it companies need to pay attention to customer satisfaction and development going on in the market. Marketing is the way that the company can keep up with the competition and show the quality which is considered good and viable for the consumer. As a result the company had to show to our customers for the product, place, price, promotion, people, process and physical form that these companies to convince consumers. The purpose of this research is to know how the marketing mix of customer loyalty. This research using the method of dekriptif analysis.

From the research hotchpotch marketing can be concluded that has been conducted by bus company tourism suryaputra not less successful (good) and consumers on tourism loyalty bus company suryaputra also have not shown good results. Among all dimensions hotchpotch marketing- dimensions most influential loyalty products to consumers.

Key Words: Marketing Mix, Consumer Loyalty, Tour Buses.

ABSTRAK

Perkembangan transportasi terutama transportasi pariwisata mulai meningkat sehingga menyebabkan banyaknya kompetitor yang harus bersaing. Dalam persaingannya, Perusahaan Bus Pariwisata Suryaputra semakin meningkatkan efektifitas dan efisien suatu biaya, selain pada itu perusahaan perlu memperhatikan kepuasan pelanggan dan perkembangan yang terjadi di dalam pasar. Pemasaran merupakan jalan agar perusahaan dapat mengikuti persaingan dan menunjukkan kualitas yang dianggap baik dan layak untuk para konsumen. Akibatnya perusahaan harus menunjukkan kepada para konsumen secara produk, tempat, promosi, harga, orang, proses dan bentuk fisik yang dimiliki perusahaan tersebut untuk meyakinkan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode dekriptif analisis.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Bauran Pemasaran yang telah dilakukan oleh Perusahaan Bus Pariwisata Suryaputra belum berhasil (kurang baik) sehingga loyalitas konsumen terhadap Perusahaan Bus Pariwisata Suryaputra juga belum menunjukkan hasil yang baik. Diantara seluruh dimensi Bauran Pemasaran, dimensi Produk yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata-Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Loyalitas Konsumen, Bus Pariwisata.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	11
2.1.2.1 Produk	12
2.1.2.2 <i>Place</i>	17
2.1.2.3 <i>Promotion</i>	21
2.1.2.4 <i>Price</i>	23
2.1.2.5 <i>People</i>	27
2.1.2.6 <i>Process</i>	28
2.1.2.7 <i>Physical Evidence</i>	28
2.1.3 Loyalitas	29

2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	29
2.1.3.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	30
2.1.3.3 Jenis-jenis Loyalitas	30
2.2 Kerangka Pemikiran	33
2.3 Hipotesis	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.2.1 Desain dan Jenis Penelitian	43
3.2.2 Operasional Variabel	44
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.2.4 Populasi, Sampling dan Teknik Sampling.....	48
3.2.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	49
3.2.6 Teknik analisis data	49
3.2.6.1 Alat Ukur Penelitian	50
3.2.6.2 Pengujian Validitas Alat Ukur.....	51
3.2.6.3 Pengujian Reliabilitas Alat Ukur	51
3.2.6.4 Analisis Data	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	56
4.1.1 Uji Validitas	56
4.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	59
4.1.2.1 Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran (marketing mix)(X).....	59
4.1.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	60
4.2 Analisis Statistik Deskriptif Data Responden	61
4.2.1 Usia	61
4.2.2 Jenis Kelamin	62
4.2.3 Pekerjaan	63

4.2.4 Penghasilan/bulan	64
4.2.5 Berapa kali menggunakan Bus Pariwisata Suryaputra (SPA).....	65
4.2.6 Bagaimana dengan harga yang ditawarkan Bus Pariwisata Suryaputra (SPA)	66
4.2.7 Bagaimana pelayanan yang diberikan crew Bus Pariwisata Suryaputra (SPA)	67
4.3 Analisis Data Penelitian	69
4.3.1 Variabel Bauran Pemasaran	69
4.3.1.1 Dimensi Product/Produk	72
4.3.1.2 Dimensi Place/Tempat.....	75
4.3.1.3 Dimensi Promotion/Promosi	78
4.3.1.4 Dimensi Price/Harga	82
4.3.1.5 Dimensi People/Orang	85
4.3.1.6 Dimensi Process/Proses	88
4.3.1.7 Dimensi Physical Evidence/ Bukti Fisik	93
4.3.2 Variabel Loyalitas Pelanggan	99
4.4 PengaruhProduct/Produk(x1) , Place/Tempat (x2), Promotion/ Promosi(x3), Price/Harga(x4), People/Orang(x5), Process/Proses (x6) dan Physical Evidence/ Bukti Fisik (x7) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	103
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda	103
4.4.2 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	106
4.4.3 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)	107
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	112
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	114
 DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Tahun 2010	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	45
Tabel 4.1 Hasil <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> (KMO)-MSA(X)	56
Tabel 4.2 Nilai-nilai MSA Setiap Item (X)	57
Tabel 4.3 Hasil <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> (KMO)-MSA(Y)	58
Tabel 4.4 Nilai-nilai MSA Setiap Item (Y)	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) (X)	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y)	60
Tabel 4.7 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.8 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.9 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.10 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	64
Tabel 4.11 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Berapa kali anda menggunakan Bus Pariwisata Suryaputra”	65
Tabel 4.12 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Bagaimana dengan harga yang ditawarkan Bus Pariwisata Suryaputra”	66
Tabel 4.13 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Bagaimana pelayanan yang diberikan crew Bus Pariwisata Suryaputra”	67
Tabel 4.14 Persepsi Responden Tentang Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	70
Tabel 4.15 Persepsi Responden Tentang <i>Product</i> / Produk	72
Tabel 4.16 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Bus Pariwisata	

Suryaputra memenuhi harapan Anda secara keseluruhan”.....	73
Tabel 4.17 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Mutu atau kualitas produk yang diberikan Bus Pariwisata Suryaputra sangat baik”.....	74
Tabel 4.18 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Anda merasa nyaman ketika menggunakan Bus Pariwisata Suryaputra”.....	74
Tabel 4.19 Persepsi Responden Tentang <i>Place</i> / Tempat.....	76
Tabel 4.20 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Lokasi kantor atau pool Bus Pariwisata Suryaputra sangat strategis”.....	76
Tabel 4.21 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Letak kantor atau pool Bus Pariwisata Suryaputra mudah dijangkau”.....	77
Tabel 4.22 Persepsi Responden Tentang <i>Promotion</i> / Promosi.....	78
Tabel 4.23 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“ Anda pernah melihat iklan Bus Pariwisata Suryaputra dimedia cetak”.....	79
Tabel 4.24 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Souvenir yang diberikan bermanfaat dan menjadi media promosi yang baik”	79
Tabel 4.25 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Metode promosi yang dilakukan Bus Pariwisata Suryaputra sudah efektif menurut anda”.....	80
Tabel 4.26 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Setelah anda melihat iklan Bus Pariwisata Suryaputra, anda tertarik menggunakannya”	81
Tabel 4.27 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Potongan harga yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang anda harapkan dan menjadi saluran promosi yang baik bagi anda”	81
Tabel 4.28 Persepsi Responden Tentang <i>Price</i> / Harga.....	83
Tabel 4.29 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Harga yang diberikan Bus Pariwisata Suryaputra sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan”.....	83

Tabel 4.30 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Harga sewa Bus Pariwisata Suryaputra sudah kompetitif dibandingkan yang lain”	84
Tabel 4.31 Persepsi Responden Tentang <i>People</i> / Orang	85
Tabel 4.32 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Pengemudi dan asisten pengemudi menguasai rute perjalanan dengan baik”	86
Tabel 4.33 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Pengemudi dan asisten pengemudi sudah menjalankan senyum, salam, sapa dengan baik”	86
Tabel 4.34 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Penampilan pengemudi dan asisten pengemudi sudah rapih dan sopan”	87
Tabel 4.35 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Pengemudi mematuhi peraturan lalulintas dan mematuhi peraturan di jalan raya”	88
Tabel 4.36 Persepsi Responden Tentang <i>Process</i> / Proses	89
Tabel 4.37 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Proses reservasi (pemesanan) Bus Pariwisata Suryaputra Mudah”	90
Tabel 4.38 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Pengemudi Bus Pariwisata Suryaputra sudah mengemudi dengan baik dan benar (safety driving)”	90
Tabel 4.39 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Pengemudi selalu mengemudi sesuai jadwal (on time) untuk mencapai tempat tujuan”	91
Tabel 4.40 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Proses pembayaran secara cash/transfer sangat memudahkan anda”	92
Tabel 4.41 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Proses pembayaran secara credit card/debit sangat memudahkan anda”	92
Tabel 4.42 Persepsi Responden Tentang <i>Physical Evidence</i> / Bukti Fisik	93

Tabel 4.43 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Interior kabin kendaraan Bus Pariwisata Suryaputra bagus”	94
Tabel 4.44 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Korsi kendaraan sudah nyaman (empuk dan luas)”	95
Tabel 4.45 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“AC kendaraan berfungsi dengan baik”	95
Tabel 4.46 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Toilet didalam kendaraan bersih”	96
Tabel 4.47 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Audio kendaraan (LCD/LED TV, hard-drive, blu-ray DVD player, karaoke) berfungsi dengan baik”	97
Tabel 4.48 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Reclining seat, korsi pijat, bantal&selimut, leg rest, foot rest, kotak pendingin, coffee maker, charger handphone yang diberikan sudah berfungsi sesuai dengan harapan anda”	97
Tabel 4.49 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“Berbagai perlengkapan pengamanan seperti kotak P3K, alat pemadam kebakaran, palu pemecah kaca, dan pintu darurat sudah sesuai standar keamanan menurut anda”	98
Tabel 4.50 Persepsi Responden Tentang Loyalitas Pelanggan	99
Tabel 4.51 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“ Anda bersedia merekomendasikan Bus Pariwisata Suryaputra kepada orang lain”	101
Tabel 4.52 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“ Anda ingin menggunakan lagi jasa Bus Pariwisata Suryaputra”	102
Tabel 4.53 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan“ Anda bersedia untuk menceritakan point – point positif yang dimiliki Bus Pariwisata Suryaputra kepada orang lain”	102
Tabel 4.54 Hasil perhitungan regresi linier berganda	104
Tabel 4.55 Hasil pengujian Hipotesis secara simultan	107
Tabel 4.56 Hasil perhitungan pengujian parsial.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4.1 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia	62
Gambar 4.2 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	63
 Gambar 4.3 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	 64
Gambar 4.4 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	 65
Gambar 4.5 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Berapa kali anda menggunakan Bus Pariwisata Suryaputra”	 66
Gambar 4.6 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Bagaimana dengan harga yang ditawarkan Bus Pariwisata Suryaputra”	 67
Gambar 4.7 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pertanyaan “Bagaimana pelayanan yang diberikan crew Bus Pariwisata Suryaputra”	 68
Gambar 4.8 Diagram Persepsi Responden Tentang Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	 71
Gambar 4.9 Diagram Persepsi Responden Tentang Loyalitas Pelanggan.....	101