

## ABSTRAK

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran pada Istana Plaza Bandung, mengetahui loyalitas pelanggan Istana Plaza Bandung, dan mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan Istana Plaza Bandung, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan jenis *causal explanatory* dengan populasi adalah pengunjung Istana Plaza Bandung dan sampel adalah orang-orang yang usianya 17 tahun ke atas dan orang-orang yang pernah mengunjungi Istana Plaza Bandung setidaknya dalam satu tahun terakhir. Hasil dari kesimpulannya adalah menunjukkan bahwa pelaksanaan bauran pemasaran Istana Plaza adalah sangat baik dikarenakan sesuai dengan nilai kategori pernyataan kuesioner, untuk dari hasil penelitian dapat dikatakan loyalitas pelanggan terhadap Istana Plaza adalah sangat baik dikarenakan sesuai dengan nilai kategori pernyataan kuesioner. Dalam penelitian ini juga, menunjukkan bahwa dari 12 Ps yang digunakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Istana Plaza Bandung. Secara individu, dapat dikatakan bahwa tempat, dorong tarik, persepsi, sikap positif, dan personalitas terbukti secara parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan Istana Plaza Bandung.

**Kata Kunci:** bauran pemasaran, loyalitas pelanggan



## **ABSTRACT**

*In this research to know the implementation of marketing mix at Istana Plaza Bandung, knowing customer loyalty Istana Plaza Bandung, and know how big influence of marketing mix to loyalty of Istana Plaza Bandung customer, either partially or simultaneously. This study uses the type of causal explanatory with the population is the visitors Istana Plaza Bandung and the sample is the people who are aged 17 years and over and people who have visited Istana Plaza Bandung at least in the past year. The result of the conclusion is to show that the implementation of Istana Plaza marketing mix is very good because in accordance with the value of category questionnaire statement, for the results of research can be said customer loyalty to Istana Plaza is very good because according to the value of the questionnaire statement category. In this study also shows that from 12 Ps that is used simultaneously significant influence on customer loyalty Istana Plaza Bandung. Individually, it can be said that place, push pull, perception, positive attitude, and personality proved partially influence customer loyalty Istana Plaza Bandung.*

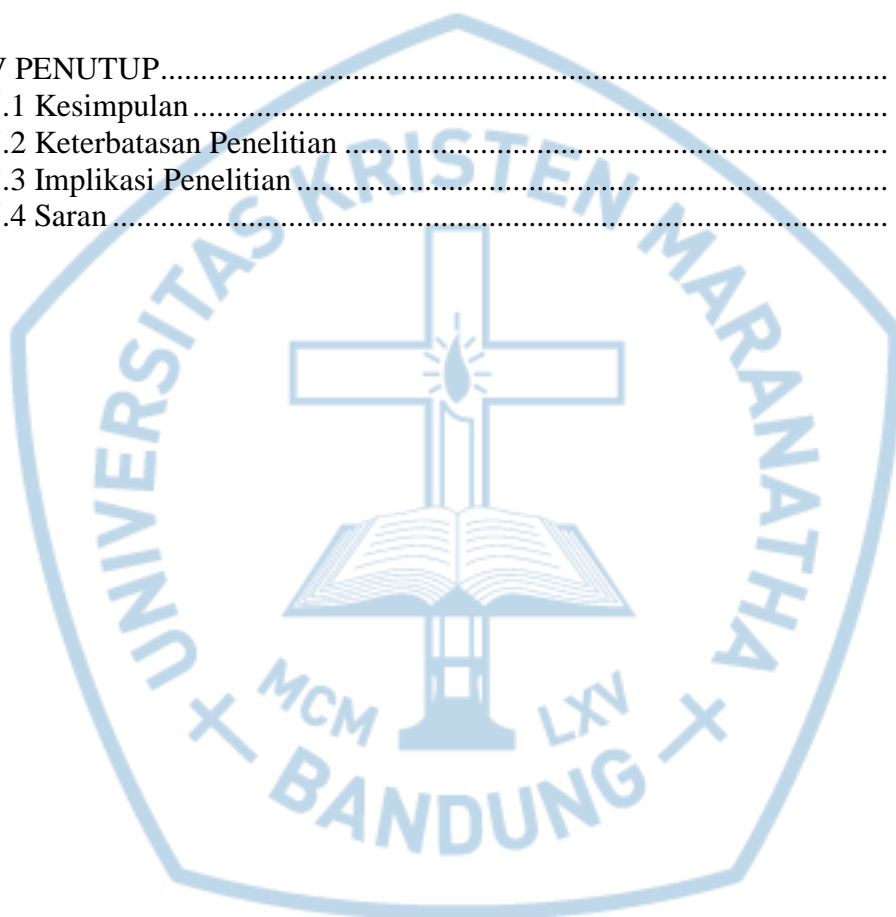
**Keywords:** *marketing mix, customer loyalty*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Kajian Pustaka .....	6
2.1.1 Bauran Pemasaran .....	6
2.1.2 Loyalitas Pelanggan .....	17
2.1.3 Riset Empiris .....	19
2.1.4 Rerangka Teoritis .....	20
2.2 Rerangka Pemikiran.....	21
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.2.1 Populasi .....	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Operasional Variabel .....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Analisis Data.....	31
3.5.1 Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	32
3.5.3 Uji Hipotesis.....	33
3.5.3.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	33
3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi .....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	34
4.1 Hasil Penelitian.....	34
4.1.1 Tanggapan Responden Tentang Bauran Pemasaran .....	36
4.1.2 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan.....	56

4.1.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	60
4.1.3.1 Hasil Pengujian Validitas.....	60
4.1.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	62
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
4.1.5 Hasil Uji Hipotesis .....	67
4.1.5.1 Uji F .....	67
4.1.5.2 Uji Analisis Linier Berganda .....	68
4.1.5.3 Uji Statistik t.....	71
4.1.5.4 Analisis Koefisien Determinasi .....	72
4.1.5.5 Kategori Pernyataan Kuesioner .....	73
4.2 Pembahasan .....	74
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	84
5.3 Implikasi Penelitian.....	85
5.4 Saran.....	85



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Riset Empiris.....	19
Tabel 2 Operasional Variabel.....	26
Tabel 2.1 Skala Peringkat Kuesioner.....	30
Tabel 2.2 Kategori Pernyataan Kuesioner .....	30
Tabel 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 5 Profil Responden Berdasarkan Waktu Berkunjung dalam Sebulan .....	35
Tabel 6 Produk 1 .....	36
Tabel 6.1 Produk 2.....	36
Tabel 6.2 Produk 3.....	37
Tabel 6.3 Produk 4.....	37
Tabel 7 Harga 1 .....	38
Tabel 7.1 Harga 2 .....	38
Tabel 7.2 Harga 3 .....	39
Tabel 7.3 Harga 4 .....	39
Tabel 8 Tempat 1 .....	40
Tabel 8.1 Tempat 2 .....	40
Tabel 8.2 Tempat 3 .....	41
Tabel 8.3 Tempat 4 .....	41
Tabel 9 Promosi 1 .....	42
Tabel 9.1 Promosi 2.....	42
Tabel 9.2 Promosi 3.....	43
Tabel 10 Dorong Tarik 1.....	43
Tabel 10.1 Dorong Tarik 2 .....	44
Tabel 10.2 Dorong Tarik 3 .....	44
Tabel 10.3 Dorong Tarik 4 .....	45
Tabel 11 Produktivitas 1 .....	45
Tabel 11.1 Produktivitas 2.....	46
Tabel 11.2 Produktivitas 3.....	46
Tabel 12 Persepsi 1 .....	47
Tabel 12.1 Persepsi 2.....	47
Tabel 12.2 Persepsi 3.....	48
Tabel 13 Orang/Karyawan 1 .....	48
Tabel 13.1 Orang/Karyawan 2.....	49
Tabel 13.2 Orang/Karyawan 3.....	49
Tabel 13.3 Orang/Karyawan 4.....	50
Tabel 14 Sikap Positif 1 .....	50
Tabel 14.1 Sikap Positif 2.....	51
Tabel 14.2 Sikap Positif 3.....	51
Tabel 15 Profesionalisme 1 .....	52
Tabel 15.1 Profesionalisme 2 .....	52
Tabel 15.2 Profesionalisme 3 .....	53

Tabel 16 Kegemaran 1 .....	53
Tabel 16.1 Kegemaran 2.....	54
Tabel 16.2 Kegemaran 3.....	54
Tabel 17 Personalitas 1 .....	55
Tabel 17.1 Personalitas 2.....	55
Tabel 17.2 Personalitas 3.....	56
Tabel 18 Loyalitas Pelanggan 1 .....	56
Tabel 18.1 Loyalitas Pelanggan 2.....	57
Tabel 18.2 Loyalitas Pelanggan 3.....	57
Tabel 18.3 Loyalitas Pelanggan 4.....	58
Tabel 18.4 Loyalitas Pelanggan 5.....	58
Tabel 18.5 Loyalitas Pelanggan 6.....	59
Tabel 18.6 Loyalitas Pelanggan 7.....	59
Tabel 19 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 20 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 21 Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 21.1 Hasil Uji Multikolinearitas .....	65
Tabel 21.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66
Tabel 22 Hasil Uji F.....	67
Tabel 23 Hasil Uji Regresi.....	69
Tabel 24. Besar pengaruh X terhadap Y .....	71
Tabel 25. Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 26 Hasil Pernyataan Kuesioner .....	73



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rerangka Teoritis .....	20
----------------------------------	----

