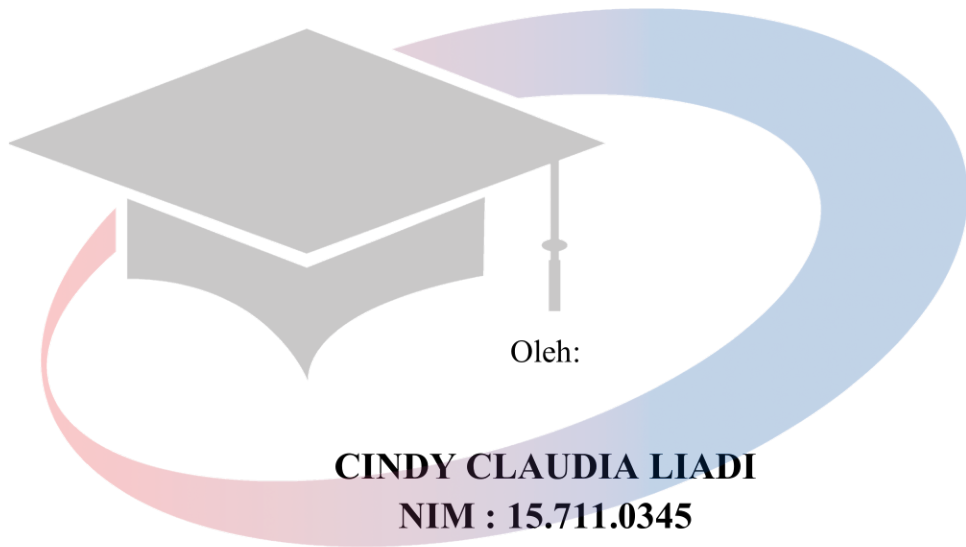


**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN MINIMARKET ALFAMART  
(STUDI KASUS PADA SISWA SMA  
PERGURUAN WIYATA DHARMA  
MEDAN)**

**SKRIPSI**

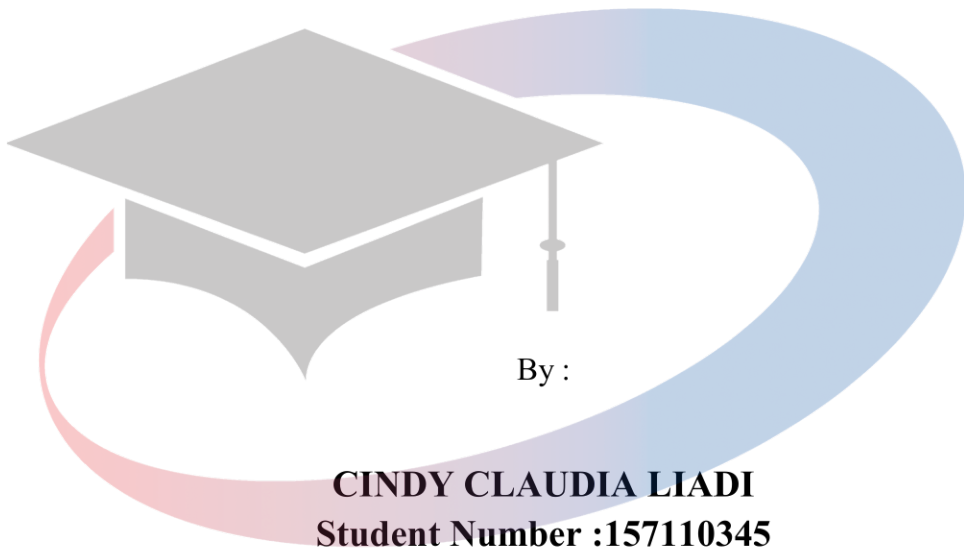


**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2019**

**THE INFLUENCE OF MARKETING MIX TOWARDS  
CUSTOMER LOYALTY OF ALFAMART MINIMART  
(CASE STUDY ON SENIOR HIGH SCHOOL  
STUDENTS OF WIYATA DHARMA)**

**FINAL RESEARCH**



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2019**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN MINIMARKET ALFAMART  
(STUDI KASUS PADA SISWA SMA  
PERGURUAN WIYATA DHARMA  
MEDAN)

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh :

**Cindy Claudia Liadi**  
**157110345**

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

  
(Sugianta Ovinus Ginting, S.E.,M.M.)

Medan, 19 Augustus 2019  
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen,

  
(Sugianta Ovinus Ginting, S.E.,M.M.)

## LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Sudi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Cindy Claudia Liadi  
NIM : 157110345  
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket Alfamart (Studi Kasus Pada Siswa SMA Perguruan Wiyata Dharma Medan)

Tempat Penelitian : SMA Perguruan Wiyata Dharma Medan

Alamat Tempat Penelitian : Jln. Wahidin No.31, Medan

No. Telepon Tempat Penelitian : (061) 4159579

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna mengembangkan karya dimasa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 19 Agustus 2019

Saya yang membuat pernyataan,



Cindy Claudia Liadi

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan *People* Terhadap Loyalitas Konsumen pada siswa SMA Perguruan Wiyata Dharma terhadap minimarket Alfamart, baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah siswa SMA Wiyata Dharma kelas XI dan XII sebanyak 221 siswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability dengan metode insidental *sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 142 siswa. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial, Produk dan Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, sedangkan Lokasi, Promosi dan *People* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Secara simultan, Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan *People* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) yang diperoleh sebesar 0,398, hal ini berarti variabel produk, harga, lokasi, promosi dan *people* mampu menjelaskan loyalitas sebesar 39,8%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 60,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

**Kata kunci:** *Marketing Mix, Produk, Harga, Loyalitas Konsumen*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

This research aims to determine and analysis The Influence of Product, Price, Location, Promotion and People Towards Customer Loyalty of Wiyata Dharma high school student on Alfamart minimart, whether simultaneously or partially. The type used in this research is descriptive quantitative research. The population of this research is all of the senior high school class XI and XII of Wiyata Dharma as many as 221 students. The sampling method with total samples of 142 students. Data analysis method is linear regression analysis. Based on the result of the research, partially, Product and Price have an influence on Customer Loyalty, while Location, Promotion and People have no influence on Customer Loyalty. Simultaneously Product, Price, Location, Promotion and People have an influence on Customer Loyalty. Adjusted R Square value is 0,398 or 39,8% it means that variable Simultaneously Product, Price, Location, Promotion and People able to explained on customer loyalty, while the remaining 60,2% explained by other variable that's not examined in this research.

**Keywords :** *Marketing Mix, Product, Price, Customer Loyalty*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kemurahannya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket Alfamart (Studi Kasus Pada Siswa SMA Perguruan Wiyata Dharma Medan)”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan sekaligus Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan, yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Maggee Senata, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing sekaligus Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Ketua STIE Mikroskil Medan
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Saliman, S.T. selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
7. Dosen STIE – Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Seluruh siswa SMA Wiyata Dharma, yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
9. Kedua orang tua, saudar dan teman-teman penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
10. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 19 Agustus 2019  
Penulis,

Cindy Claudia Liadi



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Originalitas Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1. Landasan Teori .....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2. Loyalitas Konsumen.....	8
2.1.3. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	11
2.1.4. Produk .....	12
2.1.5. Harga .....	18
2.1.6. Lokasi .....	24
2.1.7. Promosi .....	28
2.1.8. <i>People</i> .....	33
2.2. Review Penelitian Terdahulu .....	36
2.3. Kerangka Konseptual .....	40
2.4. Pengujian Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	45
3.2. Objek Penelitian .....	45

3.3.	Populasi dan Sampel .....	45
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	46
3.4.1.	Penelitian Lapangan (Data primer) .....	46
3.4.2.	Studi Pustaka .....	47
3.5.	Definisi Operasional Variabel .....	47
3.6.	Metode Analisis Data .....	49
3.6.1.	Statistik Deskriptif .....	49
3.6.2.	Pengujian Kualitas Data .....	49
3.6.2.	Pengujian Asumsi Klasik .....	50
3.6.3.	Uji Hipotesis .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>55</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	55
4.1.1.	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	55
4.1.2.	Gambaran Umum Responden (Demografi) .....	55
4.1.3.	Hasil Statistik Deskriptif.....	56
4.1.4.	Hasil Uji Kualitas Data .....	62
4.1.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	66
4.1.6.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	71
4.1.7.	Hasil Uji Hipotesis .....	73
4.2.	Pembahasan .....	75
4.2.1.	Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	75
4.2.2.	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	76
4.2.3.	Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen .....	76
4.2.4.	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen .....	77
4.2.5.	Pengaruh <i>People</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	78
4.2.6.	Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan <i>People</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>81</b>
5.1.	Kesimpulan.....	81
5.2.	Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>85</b>



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	41
Gambar 4. 1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas .....	67
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot .....	68
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	70



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	47
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 4. 1 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	56
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk.....	57
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	58
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Lokasi.....	58
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi .....	59
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>People</i> .....	60
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen.....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Produk .....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi .....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>People</i> .....	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reabilitas Variabel Produk.....	65
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga.....	65
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reabilitas Variabel Lokasi .....	65
Tabel 4. 20 Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi .....	65
Tabel 4. 21 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>People</i> .....	66
Tabel 4. 22 Hasil Uji Reabilitas Variabel Loyalitas Konsumen .....	66
Tabel 4. 23 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	69
Tabel 4. 24 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4. 25 Hasil Uji Glejser.....	71

Tabel 4. 26 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	71
Tabel 4. 27 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji-t).....	73
Tabel 4. 28 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F) .....	74
Tabel 4. 29 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	85
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	92
LAMPIRAN 3 HASIL SPSS .....	127
LAMPIRAN 4 TABEL DISTRIBUSI.....	136



# UNIVERSITAS MIKROSKIL