

**ANALISIS PENGARUH EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
GALLERY BATIK CEMPAKA**



SKRIPSI

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Jenjang Strata-1 Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

Fajar Prakosa

B 100 020 559

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2007

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA GALLERY BATIK CEMPAKA.**

Yang ditulis oleh:

Nama : FAJAR PRAKOSA

NIM : B 100 020 559

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, September 2006
Pembimbing Utama

(Imron Rosyadi, SE, M.Si)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs. H. Syamsudin, MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **FAJAR PRAKOSA**
NIRM :
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH EFEKTIVITAS
BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA
GALLERY BATIK CEMPAKA**
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,.....**27 JANUARI 2007**.....

Yang membuat pernyataan,

.....**FAJAR PRAKOSA**.....

MOTTO

“..... Katakanlah adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui? Sesungguhnya orang yang berakallah yang dapat menerima pelajaran”
(Q.S. Az-Zumar/39:9)

“Barangsiapa yang ingin mendapatkan kebahagiaan di dunia maka perolehlah dengan ilmu. Dan barangsiapa yang ingin mendapatkan kebahagiaan di Akherat maka perolehlah dengan ilmu. Dan barangsiapa yang menginginkan kebahagiaan di dunia dan Akherat maka perolehlah dengan ilmu”
(Nabi Muhammad SAW)

“Jadilah seperti mata air yang jernih dan terus menerus mengalirkan air sejuk ke segala arah tanpa mengharap air itu kembali”
(Abdullah Gymnastiar)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT beserta Rasul-Nya atas anugerah dan karunia-Nya hingga terselesainya skripsi ini dan kupersempahkan karya kecil ini untuk:

- ☺ *Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan aku*
- ☺ *Kakak-kakakku dan Adik-adikku yang tersayang*
- ☺ *Sahabat dan saudara-saudaraku*
- ☺ *Semua teman-temanku*
- ☺ *Pembaca yang budiman*

ABSTRAKSI

Seni batik merupakan budaya asli Indonesia yang sarat akan makna dan nilai. Sekarang ini batik sudah dikonsumsi semua kalangan, baik dari jenis, motif maupun kegunaannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh efektivitas bauran pemasaran terhadap peningkatan loyalitas konsumen. Sehingga dari hasil penelitian diharapkan dapat mengetahui keunggulan karakteristik tiap produk baik, yang bisa dijadikan masukan dalam bidang pemasaran.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Batik Cempaka, sedangkan sampelnya adalah 60 konsumen yang berkunjung di Batik Cempaka yang diambil melalui metode *purposive samplig*.

Adapun berdasarkan hasil penelitian tentang efektivitas pengaruh bauran pemasaran pada Batik Cempaka yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi terhadap loyalitas konsumen, diketahui bahwa hasil pengujian statistik t (t_{hitung}) untuk variabel produk adalah $3,270 > 2,004$; sehingga produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, untuk variabel harga adalah $-2,321 < -2,004$; sehingga produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, untuk variabel promosi adalah $4,393 > 2,004$; sehingga promosi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan untuk variabel distribusi adalah $1,607 < 2,004$; sehingga distribusi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil F_{hitung} adalah 31,368 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,53 yang menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi secara bersama-sama efektif berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Adapun dengan besar nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,695 berarti bahwa loyalitas konsumen pada Batik Cempaka 69,5% dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, sedangkan sisanya sebesar 40,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Loyalitas Konsumen

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Alla SWT, atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA GALLERY BATIK CEMPAKA”**.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar kesarjanaan ekonomi jenjang strata I pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dengan tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih kepada pihak lain secara khusus penulis bermaksud menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis dalam rangka penyusunan skripsi.
3. Bapak Imron Rosyadi, SE , M.Si, selaku Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan meluangkan waktu dan arahan dengan sabar dalam berkonsultasi hingga skripsi ini selesai.

4. Bapak Jati Waskito, SE, M. Sc selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menempuh kegiatan perkuliahan.
5. Bapak Dani, SE selaku Pimpinan Batik Cempaka yang telah memberikan ijin penelitian di Gallery.
6. Seluruh karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Khususnya “Pak Min” yang telah sabar bila ditanyai semua mahasiswa manajemen.
7. Kedua orang tuaku yang telah mencintaiku, terima kasih atas segala do’a, kasih sayang dan segala fasilitas yang telah Bapak dan Ibu berikan kepada putramu ini.
8. Buat kakak-kakakku dan adik-adikku yang crewet bangeet...! Makasih tuk nasehatnya. Buat mas Aris kapan nich nikannya...?
9. The best my friend Tiwik n Vian, selamt buat skripsinya, moga tambah chayang ma suami-suami kalian (jangan nakal kayak kuliah dulu...!). Buat Lora, makasih buat temen-temen ngobrol dan selamat menjalani kehidupan di dunia baru, maaf ya kalau selama ini aku crewet n selalu nyebelin. Buat Iying, kapan boos punya pacar...?
10. Buat anak-anak kelas J ’02 (maaf ga’ bisa ku sebutin satu persatu) makasih atas kebersamaannya selama ini, semoga sukses selalu. Buat cowok-cowoknya kapan nich kalian lulus...?
11. Buat cewek yang di “Jogja” makasih tuk pengertian, kesabaran dan kasih chayang selama ini, maaf kalau ga’ bisa jalan bareng lagi. Belajar yang rajin ya...
12. Buat “*Ninjaku*” yang selalu menemaniku baik waktu hujan maupun panas, jangan rewel ya..! (moga ja 2 tahun lagi diganti mobil sedang, he...he...he...).

13. *Bumi Sakinah Comp*, makasih tuk semua ya...!, maaf ya..! kalau kemarin ga' sempat ngucapin maaf-maafan di hari raya. Sekali lagi makasih tuk semua ya...
14. Buat temen-temen kost Widya ama Alloma, makasih tuk tumpangnya maaf kalau selama ini ngrepotin kalian.

Semoga segala kebaikan yang diberikan kepada penulis diterima oleh Allah SWT serta diberikan balasan atas amal perbuatannya. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan. *Amien Ya Robbal Alamien.*

Wasalamu'alaikum Wr. Wb..

Surakarta, Januari 2007

Penulis

Fajar Prakosa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Batasan Masalah	2
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
F. Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Manajemen Pemasaran	6

C. Pengertian Konsep Pemasaran	7
D. Efektivitas Pemasaran	8
E. Bauran Pemasaran	8
F. Produk	9
G. Tingkatan Produk	12
H. Harga	12
I. Distribusi	15
J. Promosi	17
K. Perilaku Konsumen	19
L. Pembuatan Keputusan Konsumen	19
M. Loyalitas Konsumen	20
N. Hubungan antara Produk dengan Loyalitas Konsumen	21
O. Hubungan antara Harga dengan Loyalitas Konsumen	21
P. Hubungan antara Distribusi dengan Loyalitas Konsumen	22
Q. Hubungan antara Promosi dengan Loyalitas Konsumen	22
R. Kerangka Penulisan	22
S. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Waktu dan Tempat Penelitian	24
B. Subjek dan Obyek Penelitian	24
C. Populasi dan Sampel	24
D. Teknik Sampling	24

E. Variabel Penelitian	25
F. Definisi Operasional	25
G. Teknik Pengumpulan Datan	26
H. Teknik Pengujian Instrumen	27
I. Teknik Analisa Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum Perusahaan	33
B. Karakteristik Responden	42
C. Pengujian Instrumen	47
D. Pengujian Hipotesis	52
E. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	34
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.2 Distribusi Usia Responden	43
Tabel 4.3 Distribusi Pendidikan Terakhir Responden	44
Tabel 4.4 Distribusi Pendidikan Terakhir Responden.....	45
Tabel 4.5 Distribusi Pendapatan Responden	46
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Pembelian Responden.....	47
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Produk (X_1)	48
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Harga (X_1)	48
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Promosi (X_3)	49
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Distribusi (X_4)	49
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	51