

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SHOPEE DI KOTA PALEMBANG**



Nama : Julia Anisah

Nim : 212017076

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN SHOPEE DI KOTA PALEMBANG**

Diajukan untuk menyusun skripsi pada

Program Strata satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang



Nama : Julia Anisah

NIM : 212017076

UNIVERSITASMUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Julia Anisah

Nim : 212017076

Konsentrasi : Pemasaran

Judul skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau publikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2021


Julia Anisah



Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas
Pelanggan Shopee di Kota Palembang
Nama : Julia Anisah
Nim : 212017076
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal,

Pembimbing I,

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M.

NIDN: 0206016702

Pembimbing II,

Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si

NIDN: 0221036902

Mengetahui

Dekan

u.b. ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha, L. Handayani, S.E., M.Si

NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman

(Al-Imran:139)

Apabila kamu sudah memutuskan untuk menekuni suatu bidang. Jadilah orang yang konsisten. Itu adalah kunci keberhasilan yang sebenarnya

(B.J.Sabibie)

PERSEMBAHAN:

*Dengan Nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang
Segala Puji Bagi Allah*

*Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu Alaihi Wassalam Yang Paling
Ku Kagumi*

Kupersembahkan Karya Sederhana Ini Kepada :

- ❖ *Kedua orang tuaku tercinta*
- ❖ *Saudarku kakak perempuan dan kakak laki-laki serta adikku yang tersayang*
- ❖ *Sahabat-sahabatku pejuang wisuda*
- ❖ *Almamater kebanggaanku*



PRAKATA

Assalamualaikum wr.wb

Alhamdulillah Rabbil Alamin puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu melindungi, mencurakan rahmat dan hidayahNya sehingga penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Palembang”** dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Penyusunan skripsi dapat diselesaikan karena bantuan banyak pihak oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Ayahanda dan Ibunda Tercinta serta keluarga besar yang sangat kusayangi. Kupersembahkan karya kecil ini, untuk cahaya hidupku yang senantiasa mendoakan setiap waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis juga menyampaikan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E.,M..M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Ibu Hj. Maftuhah Urrahmi, SE,M,SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu DR.Zaleha Trihandayani,S.E.M.Si. Dan Bapak Mister Candra, S.pd.,M.M selaku ketua program studi dan sekretaris Program Studi Manajemen FEB UMP.
4. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E,M.M, selaku pembimbing 1 (satu) dan Bapak Yudha Mahrom DS,S.E,M.SI selaku pembimbing 2 (dua) yang memberi arahan dan masukan dalam penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Wani Fitria SE.,M.Si. selaku Pembimbing Akademik.

6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Kepada para responden yang telah menyediakan waktunya untuk ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Terimakasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku, ayahnda Salim dan ibuku Suhartini, serta kakakku Darul Saputra dan Febriansa
9. Sahabat seperjuangan dan selalu ada Bela Dewi saputri, Krisnur Mulyani, Retno Erineta, Tri Nawang Sari, Mareta lidyan Putri serta sahabatku tercinta Septi Angraini yang salalu memberiku semangat.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis serta doa yang telah diberikan semoga amal ibadah kalian semua mendapatkan balasan-Nya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, Semoga Allah S.W.T. membalas budi baiknya dan memberikan berkah kepada kita semua, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Palembang, 19 April 2021



Julia Anisah

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Luar	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	iii
Halaman Pengesahan	iv
Moto dan Persembahan.....	v
Prakata.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xvi
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
 BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Landasan teori.....	10
B. Penelitian sebelumnya.....	37
C. Kerangka Pemikiran.....	40
D. Hipotesis.....	40

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	41
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Operasionalisasi Variabel.....	42
D. Populasi Dan Sampel	44
E. Data Yang Diperlukan	45
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis.....	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	57
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	104

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	106
B. Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA.....	109
----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Tanggapan konsumen terhadap shopeee	5
Tabel III.1 Operasional Variabel	42
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Loyalitas pelanggan (Y)	60
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Produk (X1)	61
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	62
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Tempat/distribusi(X3)	63
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Promosi (X4).....	64
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Orang (X5).....	65
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Proses(X6).....	66
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Bukti fisik (X7)	67
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel IV.10 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	69
Tabel IV.11 Karakteristik berdasarkan pendidikan	70
Tabel IV.12 Karakteristik berdasarkan usia	70
Tabel IV.13 Karakteristik berapa kali melakukan pembelian di shopee	71
Tabel IV.14 Variabel loyalitas pelanggan.....	72
Tabel IV.15 Variabel produk (X1)	73
Tabel IV.16 Variabel harga (X2).....	74
Tabel IV.17 Variabel tempat (X3).....	76
Tabel IV.18 Variabel promosi(X4).....	77
Tabel IV.19 Variabel orang (X5).....	80
Tabel IV.20 Variabel proses (X6)	81

Tabel IV.21 Variabel bukti fisik (X7).....	82
Tabel IV.22 Analisis regresi linier bberganda.....	84
Tabel IV.23 Anova	87
Tabel IV.24 coefficients.....	88
Tabel IV.19 Hasil Koefisien Determinasi.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.I Rata-rata kunjungan Web Ecomarce bulanan.....	4
Gambar II.1 Kerangka pemikiran.....	5

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Kuesioner

Lampiran : Tabulasi Data Validitas dan Rekiabilitas

Lampiran : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran : Hasil Regresi Perhitungan SPSS

Lampiran : Tabulasi

Lampiran : Tabel r

Lampiran : Tabel F

Lampiran : Tabel t

Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan

Lampiran : Surat Selesai Riset

Lampiran : Sertifikat AIK

Lampiran : Sertifikst SPSS

Lampiran : Plagiarism Cheker

Lampiran : Jadwal Penelitian

Lampiran : Biodata

ABSTRAK

Julia Anisah/212017076/2021/Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Di Kota Palembang

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Palembang jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan populasinya adalah masyarakat kota Palembang penelitian ini menggunakan populasi *infinite* sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden teknik pengambilan sampel dalam penelitian teknik purposive sampling pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuesioner. Analisis data yang digunakan analisis data kualitatif yang dikuantitatifkan Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda uji F, dan uji T dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Palembang. Adapun (secara parsial) ada pengaruh signifikan tempat/distribusi, orang, promosi dan proses terhadap Loyalitas pelanggan Shopee di Kota Palembang, sedangkan pada variabel produk, harga, dan bukti fisik tidak ada pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan shopee.

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik

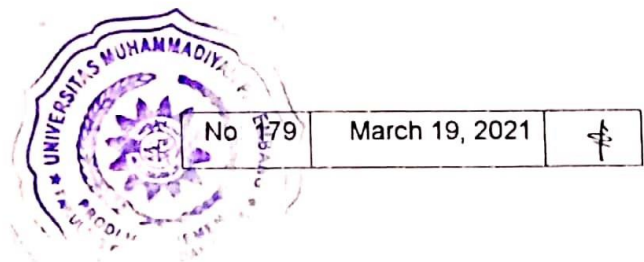
Abstract

Julia Anisah / 212017076 / 2021 / The Effect of Service Marketing Mix on Shopee Customer Loyalty in Palembang City.

The purpose of this study was to determine the effect of service marketing mix on Shopee customer loyalty in Palembang City

This type of research was an associative study with the population of Palembang City. This study used an infinite population while the sample in this study was 100 respondents. The sampling technique in this research was purposive sampling technique. Data collection was carried out by using a questionnaire technique. Data analysis used quantitative qualitative data analysis. The data analysis technique in this study was multiple linear regression analysis, the F test, and the T test and the coefficient of determination. The results of this study indicated that the effect of service marketing mix consisting of product, price, place, promotion, people, process and physical evidence had a positive effect on Shopee customer loyalty in Palembang City. As for (partially) there was a significant effect of place/distribution, people, promotion and process on Shopee customer loyalty in Palembang City, whereas on product variables, price, and physical evidence there was no significant effect on Shopee customer loyalty.

Keywords: Customer loyalty, product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence.



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi memberikan banyak dampak terhadap kehidupan manusia, baik itu dari segi perekonomian, sosial, budaya, bahkan politik. Dampak nyata dari perkembangan teknologi yakni internet. Masyarakat dunia terutama masyarakat Indonesia tentu sudah tidak asing lagi dengan perkembangan teknologi informasi ini, mereka seakan tidak bisa lepas dari pengaruh internet yang cukup banyak memberikan dampak terhadap kehidupan mereka. internet merupakan alat komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau semua kalangan. Pada saat ini perkembangan internet sudah merambah ke berbagai daerah hingga pelosok daerah. Dengan menggunakan internet kita dapat berinteraksi dan mencari tahu informasi dengan cepat.

kegiatan berbisnis yang memanfaatkan teknologi inilah yang disebut sebagai *e-commerce*. *Electronic commerce (e-commerce)* merupakan penemuan baru dalam bentuk perdagangan yang dinilai lebih dari perdagangan pada umumnya. Prinsip perdagangan dengan sistem pembayaran tradisional yang dikenal adalah perdagangan di mana penjual dan pembeli bertemu secara fisik atau secara langsung kini berubah menjadi konsep *telemarketing*, yakni perdagangan jarak jauh dengan menggunakan

media internet dimana suatu perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan antar para pelaku bisnis.

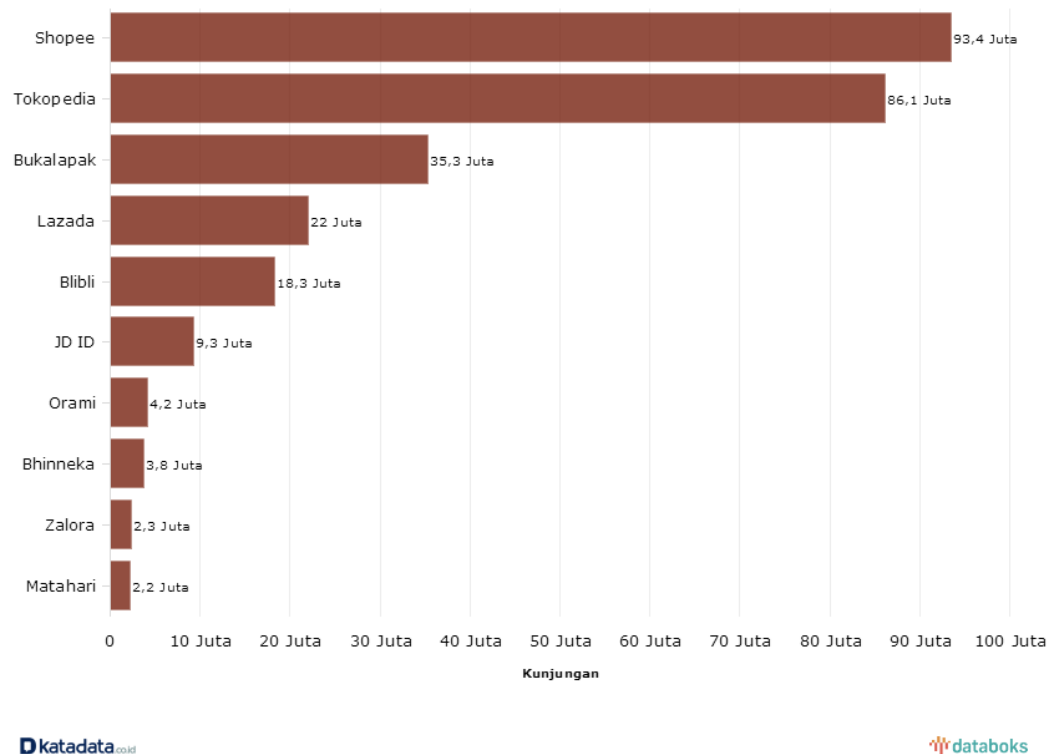
Menurut Oliver dalam Hurriyati (2011:104) Menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan. Menurut Fandy Tjiptono (2014: 391) pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word-of-mouth advertisers*, namun juga kemungkinan besar loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun.

Menurut Ujang Sumarwan (2017:18) definisi bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah jumlah alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasarannya. Alat pemasaran yang sangat populer dibagi kedalam empat kelompok yang dikenal dengan nama 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Sedangkan alat pemasaran untuk jasa dikenal dengan sebutan 7P (4P+3P) atau 4P yang diperluas. Ke 3P itu adalah orang (*people*), Proses (*process*), dan bukti fisik (*physical Evidence*). Bauran pemasaran jasa akan berjalan dengan optimal bila didukung dengan perencanaan yang terstruktur hal tersebut mencakup kegiatan-kegiatan yang ada dalam bauran pemasaran jasa yang dimulai dari mengidentifikasi produk sebagai kebutuhan konsumen yang akan dipenuhi, menentukan harga, kegiatan

promosi yang akan dilakukan, lokasi untuk memasarkan produk kepada konsumen, menetapkan orang yang terlibat dalam kegiatan usaha, serta mengatur proses yang akan digunakan dalam kegiatan usaha dan juga bukti fisik.

Shopee sendiri merupakan *platform e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee diluncurkan pertama kali di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Sebagai bagian dari Sea Group, salah satu grup perusahaan internet terbesar di Asia Tenggara, Shopee Menunjukkan perkembangan yang baik di pasar ASEAN, termasuk di Indonesia.

GAMBAR 1.1
Rata-rata Kunjungan Web E-commarce Bulanan
(Kuartal II-2020)



Sumber iPirce 2020

Berdasarkan data di atas Shopee menguasai pasar *e-commerce* berdasarkan kunjungan bulan pada kuartal II 2020. Rata-rata kunjungan per-bulannya sebanyak 93,4 juta. Selain itu Shopee menduduki peringkat pertama di AppStore dan Playstore. Dari kenaikan penjualan dan pembelian aktif pada *e-commerce* Shopee tersebut, menunjukkan adanya perilaku Loyalitas pelanggan yang melakukan pembelian melalui *e-commerce* Shopee. Loyalitas pelanggan merupakan wujud kesetian

konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa dengan terus menerus.

Peneliti melakukan penelitian di Kota Palembang, apakah masyarakat Kota Palembang juga termasuk menggunakan Shopee. Untuk itu peneliti melakukan penelitian pendahuluan sebagai berikut

Tabel 1.1
Tanggapan konsumen terhadap Shopee

No	Indikator	Setuju	Tidak setuju	Jumlah
1.	Kualitas produk bagus dan menarik	15	15	30
2.	barang yang ditawarkan sesuai dengan keinginan	22	8	30
3.	harga yang terjangkau	21	9	30
4.	kelayakan harga	23	7	30
5.	kesesuaian harga dengan kualitas produk	19	11	30
6.	Sistem tranfortasi	20	10	30
7.	Ketersediaan produk	18	12	30
8.	banyak promosi dan diskon	20	10	30
9.	penjual selalu memberikan penjelasan terhadap produk	12	18	30
10.	respon cepat	16	14	30
11.	Rekomendasi	17	13	30
12.	pelayanan baik	19	11	30

Sumber, wawancara Pra-riset 2020

Berdasarkan latar belakang dikemukakan maka penulis mencoba melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Di Kota Palembang”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah adakah Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Palembang.

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Palembang.

D. Manfaat penelitian

1. Bagi penulis

Melalui penelitian ini diharapkan penulis dapat memahami dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Akademis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan bacaan bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan dalam menyelesaikan kasus yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Diah Isnaini Asiati, dkk (2019) *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri
- Fahrul munir. 2018. Pengaruh strategi penetapan harga terhadap minat beli bursa kue. *Journal of marketing research*. 22-25
- Hardius Usman, Nurdin Sobari dan Email Azman Sulthani (2020) *Islamic Marketing* (Edisi 1), Depok: Rajawali Pers.
- Hasan M. Iqbal. 2012. *Pokok-pokok materi statistic 2 (statistic inferensif)*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Nopianti Iis. 2016. Pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pad toko bakti karya. *journal unpam.ac.id*. vol 1 no 1.
- Rusydi Abubakar. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Rambat Lupiyoadi. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa berbasis kompetensi*. Jakarta selatan: Selemba empat.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen pemasaran teori dan implementasi* .Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: ALPABETA
- Sangadji Etaa Mamang, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra. 2020. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi

Tiur Rajaukguk, Hendrik Cengkiawan dan Nola Manalu. 2017. pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas konsumen pada BPJS ketenagakerjaan di Kota Medan. *jurnal ilmiah methonomi*.

Ujang Sumarwan. 2017. *Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Winata edy. 2017. Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loylitas konsumen pada Grand Serela Hotel Dan Convention. *Jurnal mutiara manajemen*. Vol 2 no 1