



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Marketing Mix terhadap Loyalitas Retailer (PD.
Sarana Satwa Cianjur)

Skripsi

Oleh

James Kristandy

2015320092

Bandung

2019



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Marketing Mix terhadap Loyalitas Retailer (PD.
Sarana Satwa Cianjur)

Skripsi

Oleh

James Kristandy

2015320092

Pembimbing

Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : James Kristandy
Nomor Pokok : 2015320092
Judul : Analisis Marketing Mix terhadap Loyalitas Retailer (PD. Sarana Satwa Cianjur)

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 6 Januari 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: _____

Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

: _____

Anggota

Maria Widyarini, S.E., M.T.

: _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : James Kristandy
NPM : 2015320092
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : *Analisis Marketing Mix* terhadap *Loyalitas Retailer* (PD.
Sarana Satwa Cianjur)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat dari pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 17 Des 2019

James Kristandy

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus oleh karena kasih dan penyertaanNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini penulis beri judul “ Analisis *Marketing Mix* terhadap Loyalitas Retailer (PD. Sarana Satwa Cianjur ”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Dalam skripsi ini, penulis menjelaskan seberapa besar pengaruh analisis *Marketing Mix* terhadap Loyalitas *Retailer* (PD. Sarana Satwa Cianjur). Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat membantu semua pembaca untuk mengerti lebih dalam tentang *marketing mix* terhadap loyalitas *retailer*, baik untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki ataupun untuk menjadi referensi dalam bidang akademik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mempersembahkan dan menyampaikan ucapan terima kasih penulis secara khusus kepada:

Ibu Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dan memberikan masukan selama pengerjaan skripsi sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik

Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, bantuan, dan dukungan baik secara finansial maupun moral dalam segala hal hingga skripsi ini dapat diselesaikan

Kedua kakak, Marcella Levana dan Catalina Tamara, Terima kasih untuk dukungan dan terima kasih telah membantu proses pembuatan skripsi ini.

Lindriani Noven, William Sunjaya, Stephen, Priscelie dan Felix felix teman seperjuangan yang selalu ada untuk membantu saya

Teman – teman bimbingan skripsi Ibu Fransisca Mulyono yang membantu dan menyemangati satu sama lain

Pihak PD. Sarana Satwa Cianjur yang sudah mengizinkan penulis untuk meneliti tempat usahanya

Segenap dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah mengajar penulis selama perkuliahan

Akhir kata penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis akan sangat menghargai setiap masukan dan saran dari pembaca guna menyempurnakan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.
Terima kasih.

Bandung, 17 Des 2019

Penulis

ABSTRAK

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Bidang : Pemasaran
Judul : Analisis *Marketing Mix* terhadap Loyalitas *Retailer* (PD. Sarana Satwa)
Nama Penulis : James Kristandy
NPM : 2015320092
Tahun : 2019

Peningkatan jumlah penduduk di Indonesia berdampak pada meningkatnya konsumsi bahan makanan salah satunya telur ayam. Selain kandungan gizi yang tinggi, harga relatif terjangkau, dan mudah ditemukan itulah alasan penyebab telur ayam menjadi sangat diminati masyarakat. Telur ayam pun menjadi sumber makanan yang tinggi protein juga menjadi sumber makanan yang sehat. PD. Sarana Satwa adalah salah satu produsen telur ayam yang cukup lama berkecimpung di bidangnya.

PD. Sarana Satwa dapat dikatakan cukup terkenal berdasarkan tanggapan beberapa *retailer* yang diteliti. Hal ini dapat dibuktikan dengan tanggapan *retailer* mengenai dimensi *marketing mix* yang mempengaruhi loyalitas *retailer*.

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *marketing mix* terhadap *loyalitas retailer* PD. Sarana Satwa Cianjur. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal dengan analisis kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan cara survey kuisioner disebarkan kepada 150 *retailer* menggunakan metode *non probability purposive*. Uji yang dilakukan dan digunakan dalam penelitian ini adalah uji T dan uji analisis linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi *marketing mix* terhadap loyalitas *retailer*. Bisa disimpulkan hasil penelitian ini *marketing mix* sangat berpengaruh pada loyalitas *retailer* PD. Sarana Satwa Cianjur. Terutama di bagian produk, produk paling menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Kata kunci : *marketing mix*, loyalitas *retailer*

ABSTRACT

Study Program : Business Administration
Field : Marketing
Title : Analysis Marketing Mix to Retailer Loyalty (PD. Sarana Satwa)
Author : James Kristandy
Student No. : 2015320092
Year : 2019

The increase in population in Indonesia has an impact on increasing consumption of food, one of which is chicken eggs. In addition to the high nutritional content, the prices are relatively affordable, and easy to find. That is the reason why chicken eggs become very popular with the public. Chicken eggs also become a source of food that is high in protein is also a source of healthy food. PD. Sarana Satwa is one of the producers of chicken eggs which has long been in the field.

PD. Sarana Satwa can be said to be quite famous based on the responses of several retailers studied. This can be proven by the retailer's response regarding the marketing mix dimension that affects the retailer's loyalty.

The purpose of this study aims to determine the effect of marketing mix on retailer loyalty PD. Sarana Satwa. This type of research is a causal study with quantitative analysis, data collection was carried out by means of a questionnaire survey distributed to 150 retailers using a non probability purposive method. Tests carried out and used in this study are T tests and multiple linear analysis tests.

The results showed that there was a significant effect of the marketing mix dimension on retailer loyalty. Can be concluded the results of this study marketing mix is very influential on retailer loyalty PD. Sarana Satwa. Especially in the product section, most products show a significant influence on loyalty.

Key words : marketing mix, retailer royalty

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	7
2.1 <i>Marketing Mix</i> (Baruan Pemasaran).....	7
2.1.1 Definisi Baruan Pemasaran	7
2.2 <i>Consumer Loyalty</i> (Loyalitas Konsumen)	9
2.2.1 Definisi Loyalitas Konsumen	9
2.2.2 Pengukuran Loyalitas Konsumen	13
2.3 Penelitian Terdahulu	15
2.4 Hipotesis Penelitian.....	16
BAB 3 METODE PENELITIAN	18
3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Metode Penelitian.....	18
3.3 Model Penelitian	19
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	19
3.5 Populasi dan Sampling	21
3.5.1 Populasi	21
3.5.2 Sampling	21
3.6 Pengumpulan Data	21
3.6.1 Sumber data.....	21
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	22
3.6.3 Skala Pengukuran	23
3.7 Teknik Analisis Data.....	23
3.7.1 Uji Validitas	23
3.7.2 Uji Reliabilitas	24
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	24
BAB 4	28
OBJEK PENELITIAN	28

4.1 Profil PD. Sarana Satwa Cianjur	28
4.2 Harga Telur Ayam PD. Sarana Satwa Cianjur.....	29
4.3 Lokasi Usaha.....	35
4.4 Foto Perusahaan	36
.....	38
BAB 5	39
Hasil DAN PEMBAHASAN	39
5.1 Uji Validitas dan Uji Relibilitas	39
5.1.1 Uji Validitas Variabel Penelitian	39
5.1.2 Uji Validitas Variabel Penelitian	41
5.2 Analisis Deskriptif	41
5.2.1 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Produk.....	42
5.2.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai <i>Price</i>	51
5.2.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai <i>Promotion</i>	56
5.2.4 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai <i>Place</i>	60
5.2.5 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen ...	64
5.3 Analisis Pengaruh.....	70
5.3.1 Uji Normalitas	71
5.3.2 Uji Multikolinieritas	72
5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	73
5.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	74
5.3.5 Analisis Korelasi	76
5.3.6 Analisis Koefisien Determinasi	78
5.3.7 Pengujian Hipotesis	80
BAB 6	83
KESIMPULAN DAN SARAN	83
6.1 Kesimpulan	83
a. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	19
Tabel 3.2 Skala Likert	23
Tabel 5.1 Harga Telur Ayam PD. Sarana Satwa Bulan Februari Tahun 2019	29
Tabel 5.2 Harga Telur Ayam PD. Sarana Satwa Bulan Maret Tahun 2019.....	31
Tabel 5.3.....	33
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 5.3 Kriteria Penilaian Tanggapan Responden.....	42
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Mengenai Produk Pernyataan (ketebalan kulit telur baik tidak mudah retak atau pecah).....	43
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Mengenai Produk Pernyataan (telur memiliki kondisi yang baik, tidak pecah atau cacat)	43
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Mengenai Product Pernyataan (tidak banyak kotoran yang menempel pada kulit telur)	44
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Mengenai Product Pernyataan (telur memiliki ukuran yang tidak terlalu besar ataupun kecil)	44
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Mengenai Produk Pernyataan (PD. Sarana Satwa merupakan perusahaan yang dapat dipercaya)	45
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Mengenai Produk Pernyataan (PD. Sarana Satwa merupakan perusahaan dengan reputasi yang baik)	46

Tabel 5.10 Tanggapan Responden Mengenai Produk Pernyataan (PD. Sarana Satwa terkenal sebagai penghasil telur ayam terbaik)	47
Tabel 5.11 Tanggapan Responden Mengenai Produk Pernyataan (jika PD. Sarana satwa ini menjual daging ayam maka dagingnya juga akan bagus)	47
Tabel 5.12 Tanggapan Responden Mengenai Produk Pernyataan (jika PD. Sarana Satwa menjual daging anda akan membeli daging ayam)	48
Tabel 5.13 Penilaian Responden Terhadap Produk	49
Tabel 5.14 Tanggapan Responden Mengenai <i>Price</i> Pernyataan (Harga yang diberikan dapat bersaing dengan perusahaan lain)	51
Tabel 5.15 Tanggapan Responden Mengenai <i>Price</i> Pernyataan (Harga yang diberikan PD. Sarana Satwa, membuat keuntungan supplier lebih besar)	51
Tabel 5.16 Tanggapan Responden Mengenai <i>Price</i> Pernyataan (Sistem pembayaran tidak menyulitkan)	52
Tabel 5.17 Tanggapan Responden Mengenai <i>Price</i> Pernyataan (Diskon yang di berikan PD. Sarana Satwa menguntungkan).....	53
Tabel 5.18 Tanggapan Responden Mengenai <i>Price</i> Pernyataan (Sistem pembayaran yang diberikan PD. Sarana Satwa menguntungkan)	53
Tabel 5.19 Tanggapan Responden Mengenai <i>Price</i> Pernyataan (Sistem pembayaran yang diberikan PD. Sarana Satwa lebih baik dari pada perusahaan telur lainnya).54	54
Tabel 5.20 Penilaian Responden Terhadap Price	55
Tabel 5.21 Tanggapan Responden Mengenai <i>Promotion</i> Pernyataan (Tenaga penjual berpenampilan rapih)	56
Tabel 5.22 Tanggapan Responden Mengenai <i>Promotion</i> Pernyataan (Tenaga penjual bersikap profesional).....	57

Tabel 5.23 Tanggapan Responden Mengenai <i>Pr omotion</i> Pernyataan (Tenaga penjual memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang dijual)	58
Tabel 5.24 Penilaian Responden Terhadap Promotion.....	59
Tabel 5.25 Tanggapan Responden Mengenai Place Pernyataan(Pelayanan setelah penjualan baik misalnya jika ada retur)	60
Tabel 5.26 Tanggapan Responden Mengenai Place Pernyataan (PD. Sarana Satwa Bersedia Memberikan Konsultasi Tentang Telur)	60
Tabel 5.27 Tanggapan Responden Mengenai Place Pernyataan (Mudah untuk mengetahui produk yang di tawarkan oleh Sarana Satwa)	60
Tabel 5.28 Penilaian Responden Terhadap Place.....	60
Tabel 5.29 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pernyataan (Saya akan menceritakan keunggulan tentang produk PD. Sarana Satwa kepada orang lain)..	60
Tabel 5.30 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pernyataan (Saya akan mengatakan hal positif tentang produk PD. Sarana Satwa kepada orang lain).....	65
Tabel 5.31 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pernyataan (Saya akan membeli lagi produk PD. Sarana Satwa).....	60
Tabel 5.32 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pernyataan (Saya akan membeli produk lainnya yang ditawarkan oleh PD. Sarana Satwa Misalnya: daging ayam).....	60
Tabel 5.33 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pernyataan (Saya akan mencoba produk yang baru bila PD. Sarana Satwa menawarkan produk barunya misalnya: daging ayam)	60
Tabel 5.34 Penelitian Responden Terhadap Loyalitas Konsumen	60
Tabel 5.35 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 5.36 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Marketing Mix.....	8
Gambar 4.1 Tampak Depan Kandang Menteng Sari.....	36
Gambar 4.2 Tampak Depan Kandang Menteng Sari (1).....	36
Gambar 4.3 Telur PD. Sarana Satwa.....	36
Gambar 4.4 Telur PD. Sarana Satwa (1).....	36
Gambar 4.5 Gudang Telur PD. Sarana Satwa.....	37
Gambar 4.6 Kantor Pusat PD. Sarana Satwa.....	37
Gambar 5.1 Garis Kontinum <i>Product</i>	50
Gambar 5.2 Garis Kontinum <i>Price</i>	56
Gambar 5.3 Garis Kontinum <i>Promotion</i>	60
Gambar 5.4 Garis Kontinum <i>Place</i>	64
Gambar 5.5 Garis Kontinum loyalitas Konsumen.....	70
Gambar 5.6 Hasil Uji Normalitas Data.....	71
Gambar 5.7 Uji Heteroskedastisitas Glesar.....	73
Gambar 5.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Gambar 5.9 Analisis Korelasi.....	76
Gambar 5.10 Analisis Koefisien Determinan.....	79
Gambar 5.11 Hasil Uji T-Statistik.....	8

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun berdampak pada peningkatan konsumsi produk peternakan seperti daging, telur dan susu. Meningkatnya kesejahteraan dan tingkat kesadaran masyarakat akan pemenuhan gizi khususnya protein hewani juga turut meningkatkan angka permintaan produk peternakan. Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan tersebut. Salah satu hasil dari kegiatan tersebut adalah telur ayam. Telur ayam sudah menjadi bahan pangan masyarakat sejak zaman dahulu, sebelum berkembang ayam ras petelur. Banyak hal yang mendasari masyarakat menggemari telur sehingga konsumsi telur di masyarakat terus mengalami peningkatan mulai dari kandungan gizinya yang tinggi, harganya yang relatif terjangkau, rasanya yang enak, kebutuhan untuk lauk-pauk sampai alasan kesehatan, Setyono & Maria(2013)

Telur ayam dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat sebagai sumber protein hewani. Hal ini disebabkan telur mudah diperoleh dan mudah diolah. Hal ini menjadikan telur merupakan jenis bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat. Pada gilirannya

kebutuhan telur juga akan terus meningkat. Namun dalam prakteknya standar kualitas telur perlu diperhatikan namun dengan harga yang masih dapat diterima pasar. Pelanggan (distributor) memiliki kriteria-kriteria tertentu dalam pemilihan telur. Produk telur sendiri dibagi menjadi beberapa tingkatan dari yang paling baik, yaitu memiliki ukuran kecil, kerabang (kulit telur) yang kuat dan warna telur kecoklatan, hingga yang tidak sesuai kriteria yang akan dijual dengan harga yang juga lebih murah.

Prospek usaha peternakan ayam ras petelur di Indonesia dinilai sangat baik. Di sisi penawaran, kapasitas produksi peternakan ayam ras petelur di Indonesia masih belum mencapai kapasitas produksi yang sesungguhnya, Abidin (2003). Secara nasional juga kebutuhan telur ayam umumnya masih kekurangan pasokan, telur ayam masih kekurangan pasokan (430.971 ton). Secara regional, Jawa Barat juga mengalami kekurangan telur ayam (179.487 ton) dengan produksi pada tahun 2016 di Jawa Barat 140.136 ton. (Deptan 2016). Secara garis besar tingkat kebutuhan telur ayam di DKI dan Jabar adalah tertinggi di Indonesia dan merupakan pasar terbesar. Perusahaan peternakan PD. Sarana Satwa yang berlokasi di Cianjur, Jawa Barat merupakan perusahaan peternakan yang sudah berdiri sejak tahun 1980. Walaupun perusahaan peternakan ini berdiri sudah cukup lama namun perusahaan ini menemui banyak kendala. Salah satunya adalah kendala dalam memasarkan produk-produknya.

Perusahaan PD. Sarana Satwa memasarkan produknya kepada distributor kemudian distributor menjual produknya langsung kepada konsumen akhir atau ke retailer dan ada juga distributor yang membeli telur untuk diolah kembali

sebagai bahan baku. Meskipun perusahaan peternakan telur ini masih terbelang belum memenuhi dibandingkan dengan permintaan yang ada, namun konsumen tetap telur perusahaan PD. Sarana Satwa tidaklah banyak. Selain itu konsumen terus berkurang seiring dengan adanya pesaing baru maupun penjualan produk dari luar daerah. Perusahaan PD. Sarana Satwa merupakan perusahaan yang tidak mengikat kontrak dengan pelanggannya sehingga konsumen dapat dengan mudah meninggalkan perusahaan sebagai produsennya. Selain itu dengan adanya banyak pilihan perusahaan lain menyebabkan perusahaan semakin terancam kehilangan pelanggan tetapnya.

Distributor yang *loyal* menurut perusahaan adalah distributor yang membeli dalam jangka waktu yang panjang dan pembelian yang sering. Sehingga dari data yang ada, dilihat distributor yang membeli dengan pembelian 4 kali atau lebih perbulannya, serta membeli secara sering selama setahunnya, yaitu selama 6 bulan atau lebih. sudah merupakan distributor yang *loyal*.

Dengan diperlukannya produk yang mendukung di pasaran maka perusahaan perlu menganalisa dari sisi *marketing mix* (bauran pemasaran) produk, yaitu sisi produk dan harga terhadap *loyalitas* pelanggan. *Marketing mix* sendiri memiliki unsur-unsur atau variabel-variabel yang merupakan suatu sistematis yang saling berinteraksi satu dengan lainnya untuk mencapai tujuan pemasaran. “*Marketing mix as the set of controllable tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market*”, Kotler & Armstrong (2013). Ada umumnya pemasaran dibagi menjadi empat bagian yang saling terkait, yaitu : produk (*product*), harga (*price*), letak (*place*), promosi

(*promotion*). Jika digabung, keempat elemen diatas dikenal dengan nama bauran pemasaran (*marketing mix*) atau empat P (*four Ps*), yang digunakan oleh produsen untuk merespon keinginan dari sasaran pasarnya. Dengan meneliti bauran pemasaran perusahaan dapat lebih mengetahui produk yang sesuai dan diinginkan oleh konsumen yang menjadi target perusahaan, dan dapat melihat variabel mana yang dianggap penting dan berpengaruh bagi pelanggan. Sehingga bagi perusahaan PD. Sarana Satwa, meneliti variabel-variabel dari bauran pemasaran merupakan hal yang penting dilakukan dan di perbaiki.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk (*product*) terhadap loyalitas konsumen PD. Sarana Satwa?
2. Bagaimana pengaruh harga (*price*) terhadap loyalitas konsumen PD. Sarana Satwa?
3. Bagaimana pengaruh promosi (*promotion*) terhadap loyalitas konsumen PD. Sarana Satwa?
4. Bagaimana pengaruh distribusi (*place*) terhadap loyalitas konsumen PD. Sarana Satwa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk terhadap loyalitas konsumen PD. Sarana Satwa.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen PD. Sarana Satwa.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen PD. Sarana Satwa.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh distribusi terhadap loyalitas konsumen PD. Sarana Satwa.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti.

Untuk memperluas wawasan dan penalaran mengenai pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

2. Bagi Perusahaan.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna untuk perusahaan PD. Sarana Satwa sebagai masukan bidang pemasaran terhadap produk telur. Sehingga perusahaan dapat lebih memahami atribut yang penting yang diinginkan konsumen melalui bauran pemasaran produk

3. Bagi Pihak lain.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi tentang penelitian sejenis dan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.