



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT No.: 3949/SK/BAN-PT/AKRED/S/X/2019*

**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap**  
**Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa**

Skripsi

Oleh

Deric Fernando

6081801046

Bandung

2022



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT No.: 3949/SK/BAN-PT/AKRED/S/X/2019*

**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap  
Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa**

Skripsi

Oleh

Deric Fernando

6081801046

Pembimbing

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis




**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Deric Fernando  
Nomor Pokok : 6081801046  
Judul : Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan  
PT. Leeco Bintang Perkasa

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 10 Januari 2022  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si. : 


**Sekretaris**

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. : 

**Anggota**

Angela Caroline, S.AB., M.M : 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Deric Fernando  
NPM : 6081801046  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa

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 pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

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

Batam, 29 Desember 2021

Tanda Tangan

Materai 10.000



Deric Fernando

## ABSTRAK

Nama : Deric Fernando  
NPM : 6081801046  
Judul : Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa

---

Perkembangan dalam dunia bisnis yang semakin pesat, membuat para pelaku usaha dituntut untuk berinovasi dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam hal ini, PT. Leeco Bintang Perkasa sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang perangkat keras mebel memerlukan instrumen yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Bauran pemasaran (7P) merupakan salah satu elemen penting yang dibutuhkan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dari pasar sasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa.

Penelitian ini menggunakan eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *purposive sampling* menggunakan alat penelitian berupa kuesioner dengan jumlah sampel 110 responden yang pernah melakukan pembelian produk di PT. Leeco Bintang Perkasa minimal dua kali selama periode Agustus s/d Oktober 2021. Teknik analisis kuantitatif yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan uji instrumen yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel-variabel dalam bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa. Sedangkan variabel bauran pemasaran yang secara parsial paling berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa adalah dimensi variabel proses.

Kata Kunci: bauran pemasaran, loyalitas pelanggan, PT. Leeco Bintang Perkasa

## ABSTRACT

Name : Deric Fernando

Student ID : 6081801046

Title : *Analysis of the Marketing Mix's Effect on Customer Loyalty in PT. Leeco Bintang Perkasa*

---

*Developments in the business world are increasing rapidly, making business actors are required to innovate and maintain good relationships with customers. In this case, PT. Leeco Bintang Perkasa as a company engaged in furniture hardware requires the right instrument to maintain and increase customer loyalty. The marketing mix (7P) is one of the important elements needed by the company to achieve the goals that have been set. The purpose of this study to determine and analyze the influence of the marketing mix on customer loyalty at PT. Leeco Bintang Perkasa.*

*This study uses an explanatory with a quantitative approach. Data collected by purposive sampling technique using a research tool in the form of a questionnaire with a sample of 110 respondents who had purchased products at PT. Leeco Bintang Perkasa at least twice during the period August to October 2021. The analysis technique uses multiple linear regression using an instrument test which includes validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis test, and coefficient of determination test.*

*The results of this study showed that the variables in the marketing mix (product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence) simultaneously had a significant effect on customer loyalty at PT. Leeco Bintang Perkasa. Meanwhile, the marketing mix variable which partially had a most significant effect on customer loyalty at PT. Leeco Bintang Perkasa is a process variable dimension.*

Keywords: *marketing mix, customer loyalty, PT. Leeco Bintang Perkasa*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa”. Penyusunan skripsi dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), Bandung.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR).
2. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR).
3. Bapak Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan dukungan kepada peneliti sejak awal hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen wali yang selalu memberikan ilmu dan masukan yang membangun penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ayah (Wiko), Ibu (Tiana), dan Adik (Febbry Fernando) yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan perhatian yang sangat berarti bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Pihak PT. Leeco Bintang Perkasa yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat melaksanakan penelitian dan memperoleh

data, terutama kepada Bapak Denny Apandi yang sudah membantu, serta mengarahkan peneliti dalam proses pengambilan data.

7. Seluruh pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa yang sudah bekerja sama dalam pengumpulan data penelitian.
8. Teman seperjuangan di kelas P Skripsi 2021 yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh sahabat dan teman-teman peneliti yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan, baik berupa saran maupun kritik.
10. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk kritik maupun saran untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan segala pihak yang membutuhkan.

Batam, 29 Desember 2021



Deric Fernando



## 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>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PERMASALAHAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Batasan Masalah .....	5
1.3    Identifikasi Permasalahan .....	6
1.4    Tujuan Penelitian .....	6
1.5    Objek Penelitian .....	7
1.5.1    Profil Perusahaan .....	7
1.5.2    Visi dan Misi Perusahaan.....	8
1.5.3    Struktur Organisasi Perusahaan .....	8
1.5.4    Lokasi Perusahaan.....	10
1.5.5    Produk yang Dihasilkan Oleh Perusahaan .....	11
1.5.6    Profil Tenaga Kerja Perusahaan.....	18
1.5.7    Program yang Dijalankan Perusahaan .....	20
<b>BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....</b>	<b>21</b>
2.1    Teori dan Konsep .....	21
2.1.1    Pemasaran .....	21
2.1.2    Bauran Pemasaran.....	21
2.1.2.1    Bauran Pemasaran Produk ( <i>Product</i> ).....	22
2.1.2.2    Bauran Pemasaran Harga ( <i>Price</i> ).....	23
2.1.2.3    Bauran Pemasaran Tempat ( <i>Place</i> ).....	24
2.1.2.4    Bauran Pemasaran Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	24
2.1.2.5    Bauran Pemasaran Orang ( <i>People</i> ) .....	25

2.1.2.6	Bauran Pemasaran Proses ( <i>Process</i> ) .....	26
2.1.2.7	Bauran Pemasaran Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ).....	26
2.1.3	Loyalitas Pelanggan .....	27
2.2	Eksplorasi Teori Pendukung .....	30
2.3	Kerangka Teoritis.....	33
2.4	Tahapan Penelitian.....	34
2.5	Jenis Penelitian.....	35
2.6	Metode Penelitian .....	35
2.7	Populasi dan Sampel .....	36
2.7.1	Populasi.....	36
2.7.2	Sampel.....	36
2.8	Skala Pengukuran.....	38
2.9	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	39
2.10	Proses Pengumpulan Data.....	47
2.11	Teknik Pengumpulan Data.....	47
2.12	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
2.13	Uji Asumsi Klasik.....	50
2.13.1	Uji Normalitas.....	50
2.13.2	Uji Multikolinearitas .....	51
2.13.3	Uji Heteroskedastisitas.....	51
2.14	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
2.15	Uji Hipotesis .....	52
2.16	Statistik Uji t .....	54
2.17	Statistik Uji f.....	55
2.18	Koefisien Determinasi.....	56
<b>BAB 3</b>	<b>HASIL DAN TEMUAN.....</b>	<b>57</b>
3.1	Hasil Penelitian .....	57
3.2	Pembahasan Hasil Penelitian .....	58
3.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
3.2.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
3.2.3	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	61

3.2.4	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	63
3.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
3.2.6	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan per bulan ...	64
3.2.7	Profil Responden Berdasarkan Lama Waktu Menjadi Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa.....	66
3.2.8	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Pembelian.....	67
3.2.9	Hasil Analisis Deskriptif .....	67
3.2.10	Uji Normalitas .....	77
3.2.11	Uji Multikolinearitas .....	78
3.2.12	Uji Heteroskedastisitas.....	79
3.2.13	Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	80
3.2.14	Uji Hipotesis .....	83
3.2.15	Uji t .....	84
3.2.16	Uji F .....	88
3.2.17	Uji Koefisien Determinasi .....	89
3.3	Temuan.....	89
3.3.1	Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa .....	89
3.3.2	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa .....	90
3.3.3	Pengaruh Tempat Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa .....	91
3.3.4	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa .....	92
3.3.5	Pengaruh Orang Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa .....	92
3.3.6	Pengaruh Proses Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa .....	93
3.3.7	Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa .....	94
<b>BAB 4 KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI.....</b>		<b>96</b>

4.1	Kesimpulan .....	96
4.2	Rekomendasi.....	97
4.3	Implikasi.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 2.2 Rumus Slovin.....	37
Tabel 2.3 Tabel Skala <i>Likert</i> .....	39
Tabel 2.4 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	40
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 3.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 3.4 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 3.5 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	63
Tabel 3.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
Tabel 3.7 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan per bulan .....	65
Tabel 3.8 Profil Responden Berdasarkan Lama waktu menjadi Pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa.....	66
Tabel 3.9 Profil Responden Berdasarkan Tujuan Pembelian.....	67
Tabel 3.10 Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran .....	67
Tabel 3.11 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	75
Tabel 3.12 Hasil Uji Normalitas .....	77
Tabel 3.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 3.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	79
Tabel 3.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	80
Tabel 3.16 Hasil Uji T.....	85
Tabel 3.17 Hasil Uji F.....	88
Tabel 3.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	89
Tabel 3.19 Hasil Temuan .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	8
Gambar 1.2 Gedung PT. Leeco Bintang Perkasa.....	11
Gambar 1.3 Kawasan PT. Leeco Bintang Perkasa.....	11
Gambar 1.4 Produk Rel Laci.....	12
Gambar 1.5 Roda <i>Sliding</i> Alum 388.....	13
Gambar 1.6 Engsel Kaca <i>Single</i> .....	13
Gambar 1.7 Gerinda Keramik.....	14
Gambar 1.8 Mata Gergaji Bulat.....	14
Gambar 1.9 Engsel Koboi.....	15
Gambar 1.10 Mata <i>Jigsaw</i> .....	15
Gambar 1.11 Formika ( <i>Texture Surface - Woodgrain</i> ).....	16
Gambar 1.12 Formika ( <i>Glossy Surface - Woodgrain</i> ).....	17
Gambar 1.13 Formika <i>Suede</i> .....	17
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....	33
Gambar 2.2 Tahapan Penelitian .....	34

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. PT. Leeco Bintang Perkasa.....	103
Lampiran 2. Kegiatan Admnistrasi .....	103
Lampiran 3. Kegiatan Operasional .....	104
Lampiran 4. Penyebaran Kuesioner .....	105
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran .....	107
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	113
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas .....	114
Lampiran 8. Kuesioner.....	115
Lampiran 9. Tabel Induk.....	124
Lampiran 10. R Tabel .....	139
Lampiran 11. Tabel T.....	142
Lampiran 12. Tabel F.....	145

# **BAB 1**

## **PERMASALAHAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Semakin pesatnya perkembangan dunia bisnis di Indonesia, membuat para pelaku usaha dituntut untuk berinovasi agar mampu bersaing secara cermat. Namun saat ini masyarakat digemparkan dengan munculnya *Coronavirus Disease* atau disebut dengan Covid-19 yang termasuk dalam golongan virus yang menimbulkan berbagai penyakit pada manusia maupun hewan. *World Health Organization* (WHO) menyatakan bahwa virus yang muncul pertama kali di Kota Wuhan, China pada bulan Desember 2019 ini ditetapkan sebagai pandemi (ZA, Putra, Sofyan, & Bimo, 2021). Penyebaran Covid-19 yang begitu cepat mengakibatkan pemerintah memberlakukan sistem jaga jarak sosial (*social distancing*) atau yang disebut dengan PSBB.

Niat baik yang dilakukan pemerintah untuk menerapkan PSBB justru menyebabkan kerugian pada masyarakat Indonesia, khususnya pada sektor ekonomi yang menurun secara drastis dan banyak tenaga kerja yang mengalami kehilangan pekerjaan (Hadiwardoyo, 2020). Hal tersebut membuat para pelaku usaha harus memikirkan strategi baru agar dapat bersaing dan bertahan dengan kondisi yang saat ini mengalami kesulitan untuk menjalankan suatu usaha. Terdapat banyak pelaku usaha yang memberhentikan bisnis yang dijalankannya dan masih terdapat juga beberapa usaha yang masih bisa bertahan, yaitu umumnya usaha yang menghasilkan barang-barang pokok serta jasa yang berperan untuk



meningkatkan kesehatan masyarakat agar terhindar dari penyebaran virus (Agustriyana, Ramadhan, Oktavien, & Sofyandi, 2021).

Kota Batam merupakan salah satu kota di Provinsi Kepulauan Riau yang terletak di rute Pelayaran Internasional antara Singapura dan Malaysia. Lokasi Kota Batam yang strategis ini sangat berpengaruh terhadap tingkat pertumbuhan ekonomi nasional, di mana terjadi aktivitas bisnis dari berbagai sektor antarnegara (BP Batam, 2021). Munculnya kebijakan pemerintah terkait dengan pandemi Covid-19 ini membuat aktivitas bisnis dari berbagai sektor di Kota Batam mengalami penurunan secara drastis.

Hal ini dapat dilihat dari aktivitas bisnis yang terjadi pada salah satu perusahaan Kota Batam, yaitu salah satunya PT. Leeco Bintang Perkasa yang juga merasakan dampak pandemi Covid-19 pada usahanya. Pandemi ini mengakibatkan volume penjualan dan omzet mengalami penurunan drastis sebesar 30-40% pada tiap bulannya di masa pandemi. Dampak yang dirasakan ini tentu menjadi permasalahan utama bagi perusahaan, di mana perusahaan harus memikirkan berbagai cara agar mampu berinovasi dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan di tengah pandemi Covid-19. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan memerlukan suatu kemampuan, baik itu dari pemimpin maupun karyawan untuk mengembangkan dan memasarkan produk yang dihasilkannya.

Dalam mencapai suatu tujuan pemasaran, seluruh perusahaan wajib melakukan bauran pemasaran, sehingga aktivitas bisnis perusahaan mampu bertahan dalam kondisi persaingan bisnis yang ketat. Bauran pemasaran

(*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2016). Bauran pemasaran juga dapat didefinisikan sebagai suatu strategi yang mencakup berbagai kegiatan pemasaran agar dicari kombinasi maksimal, sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan (Alma, 2016).

Secara garis besar, bauran pemasaran produk mencakup 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Seiring dengan perkembangan zaman, para pakar pemasaran lalu menambahkan tiga unsur lagi menjadi 7P, yaitu *people*, *physical evidence*, dan *process* (Wibowo, 2021). Pengembangan unsur menjadi 7P tersebut dilakukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai semua elemen yang terdapat dalam konsep bauran pemasaran atau *marketing mix*.

Melalui bauran pemasaran, perusahaan dapat mengoptimalkan aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh oleh seseorang untuk membeli kembali atau berlangganan kembali terhadap suatu produk atau layanan yang disukai di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perilaku dapat beralih (Kotler & Keller, 2016).

Penerapan *marketing mix* juga membantu perusahaan agar dapat mengetahui *feedback* atau respon positif berupa terciptanya loyalitas konsumen, sehingga memunculkan pembelian ulang, serta menganjurkan konsumen lain agar membeli produk. Perusahaan akan memperoleh keuntungan yang berlipat melalui

penyebaran informasi positif dari konsumen ke konsumen lain. Sedangkan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat memberikan harga, kualitas, dan iklan yang menarik kepada pelanggan melalui strategi pemasaran yang dilakukan.

Dalam perkembangan industri *furniture hardware* di Kota Batam, PT. Leeco memiliki *brand image* perusahaan yang kuat di mata pelanggan dan hal ini menjadi keunggulan yang dimiliki perusahaan untuk bertahan dan mencapai sasaran yang diinginkan. Hal ini dikarenakan PT. Leeco berfokus pada pelayanan dan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Pelayanan yang diberikan didukung penuh oleh tim profesional yang setia dan berdedikasi, sehingga menciptakan keramahan dan loyalitas terhadap pelanggan.

Adapun penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Gede Hadi Reynaldi dan Ni Wayan Sri Suprapti berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Merek ‘Honda’ di Kota Denpasar“ yang menganalisis bauran pemasaran produk mobil merek Honda yang terdiri atas empat variabel, yaitu kualitas produk, kewajaran harga, saluran distribusi, dan kredibilitas *endorser*. Melalui hasil penelitian tersebut, menyimpulkan bahwa keempat variabel bauran pemasaran tersebut diperoleh hasil bahwa keempat variabel tersebut meliputi kualitas produk, kewajaran harga, saluran distribusi, dan kredibilitas *endorser* memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan (Reynaldi & Suprapti, 2017).

Selain itu, terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Nur Yeni yang membahas tentang “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada Butik Zoya Busana Muslim di Samarinda“. Melalui hasil penelitian tersebut, menyimpulkan bahwa variabel bauran pemasaran 4P meliputi produk, harga, tempat, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Butik Zoya Busana Muslim di Samarinda. Namun untuk variabel tempat secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada Butik Zoya Busana Muslim di Samarinda (Yeni, 2016). Melalui pemaparan berbagai hasil penelitian di atas membuktikan bahwa variabel-variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Diharapkan melalui hasil penelitian ini dapat memberikan solusi kepada pihak PT. Leeco Bintang Perkasa agar dapat meningkatkan dan mempertahankan variabel-variabel bauran pemasaran yang belum berpengaruh signifikan maupun yang telah berpengaruh signifikan, sehingga di kemudian hari perusahaan dapat menciptakan loyalitas atau kesetiaan pelanggan yang baik serta mencapai sasaran perusahaan. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menjadi wawasan yang baru dan bermanfaat dalam memasuki dunia bisnis.

## **1.2 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk menghindari adanya pelebaran pokok permasalahan, sehingga pembahasan lebih terarah dan tujuan penelitian dapat tercapai. Berdasarkan identifikasi masalah, penulis memberikan beberapa batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Leeco Bintang Perkasa, Batam, Kepulauan Riau.

2. Pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk di PT. Leeco Bintang Perkasa
3. Variabel yang digunakan adalah bauran pemasaran produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik, dan loyalitas pelanggan.

### **1.3 Identifikasi Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang dikemukakan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa?
2. Manakah di antara variabel bauran pemasaran yang paling memengaruhi loyalitas pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa
2. Mengetahui elemen bauran pemasaran yang paling memengaruhi loyalitas pelanggan PT. Leeco Bintang Perkasa

## 1.5 Objek Penelitian

### 1.5.1 Profil Perusahaan

PT. Leeco Bintang Perkasa adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang *furniture hardware* yang menjual berbagai produk yang digunakan untuk membuat interior, seperti rel laci, engsel, roda *sliding*, dan lainnya. PT. Leeco juga menyediakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan sendiri, yaitu formika dan triplek yang dapat dikustomisasi untuk membuat lemari, rak, meja, *kitchen set*, dan lainnya.

Sejak didirikan 12 tahun lalu, PT. Leeco telah berkembang pesat dalam bisnis desain dan renovasi. Dengan kumpulan pemasok terpercaya, Leeco memfokuskan energinya untuk menyediakan produk dan layanan terbaik walaupun terhambat masa perekonomian yang sulit ini akibat pandemi Covid-19.

Melalui tahap-tahap yang sistematis yang dilakukan meliputi pemilihan warna, pola, dan struktur serat kayu, PT. Leeco berfokus untuk selalu memberikan kualitas, serta pelayanan yang terbaik kepada para konsumen.

PT. Leeco memiliki prinsip bahwa harga merupakan faktor yang paling tidak mengkhawatirkan karena fokus terbesar perusahaan adalah menciptakan loyalitas pelanggan melalui kualitas dan pelayanan yang diberikan. PT. Leeco juga didukung penuh oleh tim profesional yang setia dan berdedikasi. Dalam aktivitas pemasaran yang dilakukannya, PT. Leeco tidak memiliki pengeluaran iklan yang besar atau anggaran publisitas yang tinggi.

### 1.5.2 Visi dan Misi Perusahaan

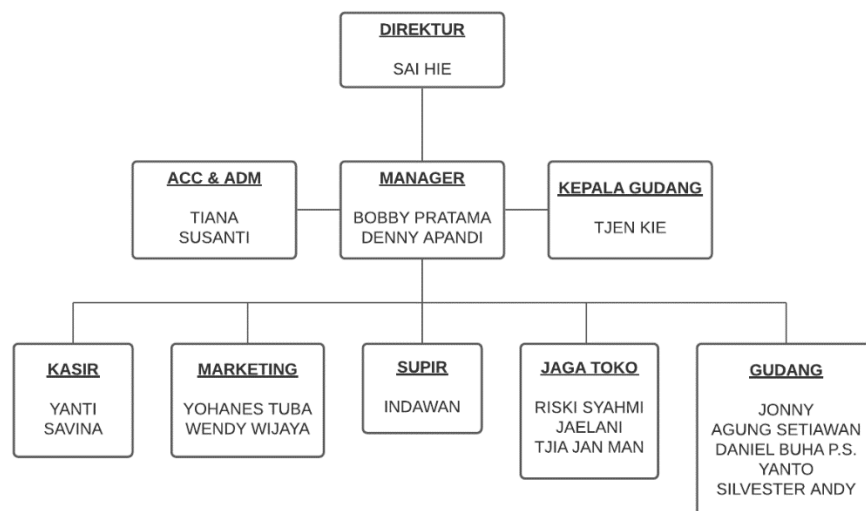
#### Visi

- Menjadi perusahaan *furniture hardware* yang berdaya saing tinggi, inovatif, berkembang dengan sehat, serta memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik.

#### Misi

- Menyediakan laminasi berkualitas untuk mempercantik dan memanjakan setiap sudut rumah dengan kemudahan penetapan biaya bagi pelanggan berharga kami.
- Mengembangkan berbagai laminasi baru dan eksklusif yang dipilih secara khusus sesuai dengan karakteristiknya yang berbeda agar sesuai dengan selera individu dan menonjolkan kepribadian yang diinginkan.

### 1.5.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Fungsi dan Tanggung Jawab:

- **Direktur**
  - a) Menentukan kebijakan dari perusahaan
  - b) Melakukan pengawasan aktivitas pekerjaan
  - c) Mengusahakan perkembangan dan kemajuan perusahaan
  - d) Melakukan komunikasi dengan pihak luar
- **Akuntansi & Administrasi**
  - a) Membuat *invoice* atau nota penjualan
  - b) Membuat bukti pembayaran pelanggan
  - c) Membuat laporan akhir
  - d) Membuat laporan laba rugi perusahaan
- **Kepala Gudang**
  - a) Membeli berbagai perlengkapan untuk kebutuhan operasional perusahaan
  - b) Membuat laporan aktivitas barang
- **Kasir**
  - a) Bertanggung jawab atas transaksi yang terjadi
  - b) Memberikan laporan gaji kepada manager administrasi dan akuntansi
  - c) Menerima pembayaran dari pembeli
- **Marketing**
  - a) Melakukan dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif sesuai dengan sasaran perusahaan



- b) Menjaga dan membangun hubungan dengan mitra bisnis dan pelanggan
- Supir
  - a) Mengirimkan barang kepada pelanggan
  - b) Mengantar dan menjemput atasan
- Jaga Toko
  - a) Membuka dan menutup toko
  - b) Melayani pelanggan
- Karyawan Gudang
  - a) Melakukan pengecekan barang di gudang
  - b) Menyiapkan pengiriman barang
  - c) Mendatangi surat pengiriman barang

#### **1.5.4 Lokasi Perusahaan**

Lokasi penelitian dilakukan di wilayah Bengkong City Centre Blok A No. 8-11, Kota Batam, Kepulauan Riau. Peneliti memiliki lokasi ini, karena lokasi perusahaan berdekatan dengan tempat tinggal dan mudah untuk jalan masuk ke lokasi penelitian. Selain itu, peneliti juga memiliki relasi yang baik dengan pihak perusahaan, sehingga memiliki kemudahan akses data dan informasi perusahaan.



Gambar 1.2 Gedung PT. Leeco Bintang Perkasa



Gambar 1.3 Kawasan PT. Leeco Bintang Perkasa

### 1.5.5 Produk yang Dihasilkan Oleh Perusahaan

Produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan berupa produk *customized* dan produk jadi. Produk *coztumized* yang ditawarkan perusahaan adalah produk formika dan triplek, di mana konsumen dapat memesan produk

sesuai ukuran, warna, dan jenis bahan yang diinginkan. Produk jadi yang ditawarkan perusahaan meliputi lem, gerinda keramik, roda *sliding*, dan lainnya. Berikut merupakan produk-produk yang dijual oleh PT. Leeco Bintang Perkasa:

#### 1. Rel Laci



Gambar 1.4 Produk Rel Laci

Rel laci mekanis merupakan rel yang dibuat khusus dari kombinasi bahan logam, plastik atau karet dan didesain sedemikian rupa untuk meningkatkan utilitas kotak laci, sehingga kotak laci dapat bergerak dengan baik dan maksimal. Rel laci mekanis ini juga memiliki berbagai variasi merek dan berbagai jenis ukuran, yaitu terdiri dari ukuran 10",12",14",16",18",20", dan 22".

## 2. Roda *Sliding* Alum 388



Gambar 1.5 Roda *Sliding* Alum 388

Roda *sliding* merupakan alat yang dipasang pada rel pintu geser maupun pintu lipat, sehingga pintu dapat bergerak secara fleksibel. Alat ini mempunyai mekanisme yang unik, yaitu dapat berputar 360 derajat, sehingga cocok untuk pintu geser dan lipat.

## 3. Engsel Kaca *Single*



Gambar 1.6 Engsel Kaca *Single*

Engsel kaca *single* merupakan alat yang digunakan untuk pintu lemari kaca yang dijepit pada kaca dan ditanam pada kerangka lemari. Alat ini dilengkapi dengan magnet dan *push*, sehingga cukup menekan pintu dan pintu kaca akan terjaga dengan rapat.

#### 4. Gerinda Keramik



Gambar 1.7 Gerinda Keramik

Gerinda Keramik merupakan alat yang digunakan untuk memotong keramik. Terdapat 2 jenis gerinda keramik, yaitu jenis basah dan kering. Pada gerinda keramik dengan jenis basah, proses pemotongan harus menggunakan air sebagai media pendinginan dari mata pisau tersebut, sedangkan pada jenis kering tidak memerlukan air. Terdapat berbagai ukuran gerinda keramik, yaitu 105, 110, 114 MM.

#### 5. Mata Gergaji Bulat



Gambar 1.8 Mata Gergaji Bulat

Mata gergaji bulat merupakan alat yang digunakan untuk memotong kayu, granit, keramik, kaca, dan sebagainya. Alat ini memiliki ukuran yaitu 12", 13" dan

14". Besar ukuran produk ditujukan pada pemotongan yang sesuai dengan tingkat kekerasannya.

#### 6. Engsel Koboï



Gambar 1.9 Engsel Koboï

Engsel koboï merupakan alat yang digunakan untuk membuat pintu berayun ke dua arah. Alat ini biasa digunakan dalam fasilitas restoran maupun kafe, sehingga memudahkan pengunjung maupun pelayan untuk membuka pintu. Engsel koboï ini tersedia dalam berbagai ukuran, yaitu 12", 13", 14", dan 15".

#### 7. Mata *Jigsaw*



Gambar 1.10 Mata *Jigsaw*

Mata *jigsaw* merupakan alat yang digunakan untuk memotong, membuat lubang pada beragam pola kayu yang rumit, besi, keramik, aluminium, mika, plastik, partikel, dan *drywall*. Alat ini memiliki ketajaman yang baik, sehingga dapat memotong lebih cepat dan rapi. Mata *jigsaw* terdiri dari ukuran 111 dan 118A.

#### 8. Formika (*Texture Surface - Woodgrain*)



Gambar 1.11 Formika (*Texture Surface - Woodgrain*)

Formika *Texture Surface - Woodgrain* memiliki permukaan yang bertekstur *matte* dan ringan. Formika ini sangat cocok pada setiap sudut ruangan rumah dengan tampilan yang estetik dan sederhana.

9. Formika (*Glossy Surface - Woodgrain*)



Gambar 1.12 Formika (*Glossy Surface - Woodgrain*)

Formika *Glossy Surface - Woodgrain* memiliki bahan permukaan yang licin dan reflektif, sehingga dapat membantu membuat setiap sudut ruangan rumah terlihat lebih cerah dan terlihat leluasa.

10. Formika *Suede*



Gambar 1.13 Formika *Suede*

Formika *Suede* memiliki bahan permukaan yang memungkinkan kemudahan kombinasi dengan berbagai desain interior, sehingga cocok dengan



seluruh tekstur permukaan. Formika jenis ini biasanya digunakan sebagai lantai kamar tidur, lantai ruang tamu, dan lainnya.

### 1.5.6 Profil Tenaga Kerja Perusahaan

- Nama : Sai Hie  
 Tempat, Tanggal Lahir : Tg. Batu Kundur, 03-03-1974  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Jabatan : Direktur  
 Pendidikan : SMA
- Nama : Bobby  
 Tempat, Tanggal Lahir : Tanjung Batu, 07-11-1987  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Jabatan : Manager  
 Pendidikan : SMA
- Nama : Tiana  
 Tempat, Tanggal Lahir : Tanjung Pinang, 03-10-1976  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Jabatan : Manager Akuntansi & Administrasi  
 Pendidikan : SMEA
- Nama : Tjen Kie  
 Tempat, Tanggal Lahir : Tanjung Batu, 13-11-1958  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Jabatan : Kepala Gudang

- Pendidikan : SMA
- Nama : Yanti
  - Tempat, Tanggal Lahir : Urung, 08-12-1978
  - Jenis Kelamin : Perempuan
  - Jabatan : Staff Kasir
  - Pendidikan : SMEA
  - Nama : Yohanes Tuba
  - Tempat, Tanggal Lahir : Lubuk, 05-06-1992
  - Jenis Kelamin : Laki-laki
  - Jabatan : Kepala *Marketing*
  - Pendidikan : SMA
  - Nama : Indawan
  - Tempat, Tanggal Lahir : Seri Tanjung, 26-04-1968
  - Jenis Kelamin : Laki-laki
  - Jabatan : Supir
  - Pendidikan : SMP
  - Nama : Riskin Syahmi
  - Tempat, Tanggal Lahir : Bukittinggi, 19-03-1996
  - Jenis Kelamin : Laki-laki
  - Jabatan : Staff Jaga Toko
  - Pendidikan : SMP
  - Nama : Jonny
  - Tempat, Tanggal Lahir : Tanjung Batu, 19-04-1992

Jenis Kelamin	: Laki-laki
Jabatan	: Staff Gudang
Pendidikan	: SMA

### **1.5.7 Program yang Dijalankan Perusahaan**

PT. Leeco Bintang Perkasa memiliki prinsip bahwa penetapan harga tidak menjadi prioritas yang utama karena fokus terbesar perusahaan adalah menciptakan loyalitas pelanggan melalui kualitas dan pelayanan yang diberikan. Di tengah pandemi Covid-19 ini, berbagai industri yang bergerak dalam bidang perangkat keras mebel perlu menerapkan berbagai program untuk bersaing, serta membangun loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari program yang telah dijalankan oleh PT. Leeco Bintang Perkasa, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan berbagai laminasi baru dan eksklusif yang dipilih secara khusus sesuai dengan karakteristiknya yang berbeda agar sesuai dengan selera individu dan menonjolkan kepribadian yang diinginkan.
- 2) Mengadakan promosi penjualan secara rutin melalui mobil keliling yang menyediakan bahan-bahan perangkat keras mebel, serta berbagai sampel formika.
- 3) Menawarkan jasa pengiriman produk ke tempat yang diinginkan pelanggan secara gratis atau tidak dipungut biaya.

