

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DAN KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Suatu Studi pada Toserba Gunasalma I Kawali )**

**ARTIKEL**

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,

**NURUL IKHSAN**

**NIM. 3402180328**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

**2022**

# **PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DAN KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Suatu Studi pada Toserba Gunasalma I Kawali )**

Nurul Ikhsan

Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

[Nurulikhsan1999@gmail.com](mailto:Nurulikhsan1999@gmail.com)

## **ABSTRAK**

**Nurul Ikhsan, NIM. 3402180328. “Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dan Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Toserba Gunasalma I Kawali)”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. H. Oyon Saryono, M.M (Pembimbing I) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M (Pembimbing II).**

Pelanggan yang loyal merupakan aset bagi sebuah perusahaan, karena loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan perusahaan. Loyalitas pelanggan dapat ditentukan oleh salah satu aspek dari bauran pemasaran serta kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak akan timbul dengan sendirinya tanpa hadirnya sebuah kualitas baik dari produk atau layanan yang telah dirasakan pelanggan. Berdasarkan hasil survey, jumlah pelanggan yang melakukan pembelian ulang di Toserba Gunasalma I Kawali memiliki data yang fluktuatif, dimana dalam kurun waktu lima bulan terakhir mulai dari Agustus hingga Desember 2021, pelanggan di Toserba Gunasalma I Kawali mengalami keadaan yang kurang stabil. Selain itu, masih terdapat pelanggan yang menyatakan bahwa beberapa pegawai atau karyawan di Toserba Gunasalma I Kawali belum cukup handal dalam menyampaikan informasi dan kurang cekatan dalam menjelaskan manfaat atau kegunaan produk yang dipasarkan. Adapun faktor yang diteliti dalam penelitian ini yaitu bauran pemasaran, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data digunakan Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji Signifikansi (Uji t), dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,856. Mengingat bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, maka disarankan bagi Toserba Gunasalma I Kawali untuk meningkatkan variasi dan kualitas produk, serta melakukan kegiatan pelatihan (*training*) bagi karyawan demi meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci : *Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan***