

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

---

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)  
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

---

Siregar, Priedo Jurison

2025

# Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang).

---

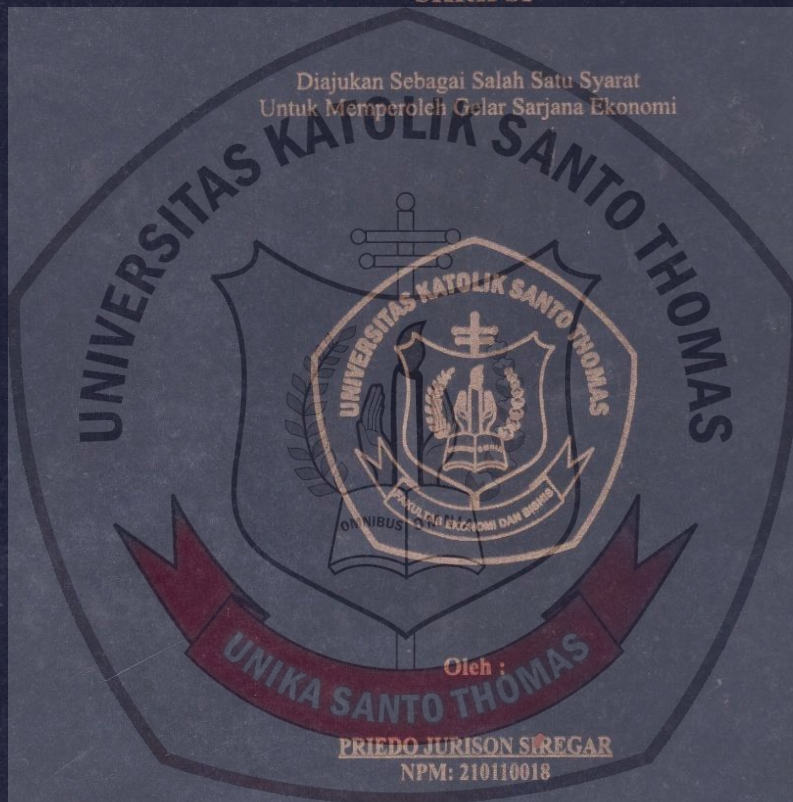
<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/792>

*Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas*

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus Pada PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

**PRIEDO JURISON SIREGAR**  
NPM: 210110018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS  
MEDAN  
2025**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus Pada PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang)**

**PRIEDO JURISON SIREGAR**  
**NIM 210110018**



Disahkan Oleh  
Ketua Program Studi

Disetujui Dosen  
Pembimbing

**Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos., M.M**  
**NIDN : 0108108002**

**Pera Simaniburuk SE, M.Si**  
**NIDN : 0109016601**



**PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas  
Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan  
Sebagai Variabel Intervening  
(Studi Kasus Pada PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang)**

Priedo Jurison Siregar  
NIM: 210110018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Medan, 14 Oktober 2025

Penguji I

Dra. Rosinda Sagala, M.Si  
NIDN: 0728106501

Penguji II

Dr. Pandapotan Sitompul, MM  
NIDN: 0412115401

Ketua Penguji

Peran Sihombing, SE, M.Si  
NIDN : 0109016601

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Kornel Munthe  
NIDN: 0130096702

Ketua Program Studi

Dr. Miska Irami Br Tarigan, S.Sos., M.M.  
NIDN: 0108108002



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

**NAMA : PRIEDO JURISON SIREGAR**  
**NPM : 210110018**  
**DEPARTEMEN : MANAJEMEN**  
**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**  
**JENJANG PROGRAM : STRATA SATU**  
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT.Eka Rajawali Andalas Sidikalang)**

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 14 Oktober 2025

Peneliti,



**PRIEDO JURISON SIREGAR**  
**NPM: 210110018**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Identitas

1. Nama : Priedo Jurison Siregar
2. Jenis Kelamin : Laki - laki
3. Tempat/Tanggal Lahir : Sidikalang, 24 Februari 2003
4. Agama : Kristen Protestan
5. Nama Ayah : Arifin Siregar
6. Nama Ibu : Rospita Sagala
7. Alamat Orangtua : Sidikalang
8. Alamat Penulis : Padang Bulan, Jl.Bunga Teratai
9. Nomor HP : 081370469483
10. Alamat Email : priedojurisons@gmail.com

### II. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 033911 Belang Malum : Tamat Tahun 2014
2. SMP Swasta HKBP Sidikalang : Tamat Tahun 2018
3. SMK Negeri 1 Sidikalang : Tamat Tahun 2021
4. Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara Medan Tahun 2025.

## ABSTRAK

**PRIEDO JURISON SIREGAR (210110018), 2025. PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PT. EKA RAJAWALI ANDALAS SIDIKALANG).**

**Pembimbing: Peran Simanihuruk SE. MSi**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner studi dokumentasi. Populasi pelanggan sebanyak 99 responden yang diambil menggunakan rumus slovin.

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM PLS. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terlihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0.696 dan hasil dari pengolahan data terdapat nilai t statistik sebesar 13.428 > dari nilai t tabel yaitu 1.98498 dengan nilai p-value sebesar 0.000 (<0,05); (2) Bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan terlihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0.563 dan hasil dari pengolahan data terdapat nilai t statistik sebesar 6.581 > dari nilai t tabel yaitu 1.98498 dengan nilai p-value sebesar 0.000 (<0,05); (3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan terlihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0.422 dan hasil dari pengolahan data terdapat nilai t statistik sebesar 4.453 > dari nilai t tabel yaitu 1.98498 dengan nilai p-value sebesar 0.000 (<0,05); Bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dengan koefisien regresi sebesar 0.299 dan hasil dari pengolahan data terdapat nilai t statistik sebesar 4.468 > dari nilai t tabel yaitu 1.98498 dengan nilai p-value sebesar 0.000 (<0,05). Nilai *R-square* sebesar 0,838 menunjukkan bahwa 83,8% untuk variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diperoleh sebesar 0.484, maka nilai tersebut merupakan tanda variabel bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 48,4%.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Semakin baik penerapan elemen-elemen bauran pemasaran jasa (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik), semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan terbukti menjadi faktor penting dalam menjembatani pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.**



## ABSTRACT

**PRIEDO JURISON SIREGAR (210110018), 2025. THE EFFECT OF SERVICE MARKETING MIX ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE (CASE STUDY AT PT. EKA RAJAWA-LI ANDALAS SIDIKALANG).**

Supervisor: Peran Simanihuruk SE, MSi

This study aims to analyze the effect of the service marketing mix on customer loyalty, with customer satisfaction as an intervening variable, at PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang. Data collection was conducted through a documentation study questionnaire. The customer population consisted of 99 respondents, selected using the Slovin formula.

The analysis technique used in this study is SEM PLS. Data analysis in this study used Partial Least Square (PLS) with the help of the SmartPLS 4 application.

The results of this study indicate that (1) The service marketing mix has a positive and significant effect on customer satisfaction as seen from the regression coefficient value of 0.696 and the results of data processing show a t-statistic value of 13.428 > from the t-table value of 1.98498 with a p-value of 0.000 (<0.05); (2) The service marketing mix has a positive and significant effect on customer loyalty as seen from the regression coefficient value of 0.563 and the results of data processing show a t-statistic value of 6.581 > from the t-table value of 1.98498 with a p-value of 0.000 (<0.05); (3) Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty as seen from the regression coefficient value of 0.422 and the results of data processing show a t-statistic value of 4.453 > from the t-table value of 1.98498 with a p-value of 0.000 (<0.05); The service marketing mix has a positive and significant effect on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable with a regression coefficient of 0.299 and the results of data processing show a t-statistic value of 4.468 > from the t-table value of 1.98498 with a p-value of 0.000 (<0.05). The R-square value of 0.838 shows that 83.8% for variables that influence customer satisfaction is obtained at 0.484, then this value is a sign that the service marketing mix variable influences customer satisfaction by 48.4%.

Based on the research results, it can be concluded that the service marketing mix has a positive and significant effect on customer satisfaction and loyalty, both directly and indirectly through customer satisfaction as an intervening variable. The better the implementation of the service marketing mix elements (product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence), the higher the level of customer satisfaction, which ultimately increases customer loyalty to the company. Customer satisfaction has been shown to be a crucial factor in bridging the influence of the service marketing mix on customer loyalty.

**Keywords: Service Marketing Mix, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga di dalam kasih dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT.Eka Rajawali Andalas Sidikalang)” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Maidin Gultom SH, M, Hum selaku rektor Universitas Katolik Santo Thomas.
2. Bapak Dr. Kornel Munthe, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.
3. Ibu Dr. Miska Irani Br. Tarigan, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.
4. Ibu Esli Silalahi, SE., M, Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.

5. Bapak Peran Simanihuruk, SE, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang memberikan tenaga, waktu serta memberikan saran masukan untuk membimbing dan mengarahkan penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Roslinda Sagala, M.Si selaku dosen penguji pertama saya yang sudah memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Dr. Pandapotan Sitompul, MM selaku penguji kedua saya yang sudah memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas yang telah memberikan pengetahuan dan Pendidikan penulis.
9. Teristimewa kepada kedua orang tuaku yang tercinta Arifin Siregar dan Ibuku tersayang Rospita Sagala, yang telah memberikan doa, dukungan dan cinta pengorbanan yang tidak ternilai, terimakasih atas segala nasehat yang tidak hentinya diberikan kepadaku.
10. Saya mengucapkan terima kasih kepada Saudara-Saudara saya, Abang dan kakak Zefanya, Lae dan Kakak Yoga, Yusri Siregar, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan, doa, dan bantuan baik secara moral maupun materi. Berkat dukungan tersebut, saya dapat melalui proses sidang ini dengan baik.
11. Terimakasih kepada teman seperjuangan Aldi Jatendra Sitanggang, Yordan Alexander Bangun, yang telah menjadi teman penulis dan banyak berpartisipasi dalam pembuatan karya tulis ilmiah ini, terimakasih atas segala mo-



tivasi dan dukungan serta memberikan semangat yang paling berharga sampai terselesaikan perkuliahan ini.

12. Saya juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman sekelas di kampus, teman-teman kos, serta teman-teman lainnya yang selalu memberikan dukungan, kebersamaan, dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.

13. Kepada diri sendiri Priedo Jurison Siregar. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri di titik ini, walau sering merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini. Ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri kita sendiri.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih atas perhatian dari berbagai pihak yang mendukung penulisan skripsi ini, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya untuk menambah wawasan.

**Medan, 14 Oktober 2025**

**Penulis**

**PRIEDO JURISON SIREGAR**

**NPM: 210110018**

## DAFTAR ISI

|                                                |              |
|------------------------------------------------|--------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                           | <b>.....</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                     | <b>.....</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                         | <b>.....</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>.....</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                      | <b>.....</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                  | <b>.....</b> |
| 1.1. Latar Belakang Masalah.....               | .....        |
| 1.2. Identifikasi Masalah.....                 | .....        |
| 1.3. Rumusan Masalah .....                     | .....        |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....                   | .....        |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....                  | .....        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>            | <b>.....</b> |
| 2.1. Pengertian Pemasaran .....                | .....        |
| 2.2. Pemasaran Jasa.....                       | .....        |
| 2.3. Bauran Pemasaran Jasa .....               | .....        |
| 2.3.1 <i>Product</i> (produk) .....            | .....        |
| 2.3.1.1 Indikator <i>Product</i> / Produk..... | .....        |
| 2.3.2 <i>Price</i> / Harga .....               | .....        |
| 2.3.2.1 Indikator <i>Price</i> / Harga .....   | .....        |
| 2.3.3 <i>Place</i> (Tempat).....               | .....        |
| 2.3.3.1 Indikator <i>place</i> / Tempat.....   | .....        |
| 2.3.4 <i>Promotion</i> / promosi .....         | .....        |

|                                                                                                                                  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 2.3.4.1 Indikator <i>promotion</i> (promosi).....                                                                                |  |
| 2.3.5 <i>People</i> (Orang).....                                                                                                 |  |
| 2.3.5.1 Indikator <i>people</i> / Orang.....                                                                                     |  |
| 2.3.6 <i>Procces</i> / Proses .....                                                                                              |  |
| 2.3.6.1 Indikator <i>procces</i> / Proses .....                                                                                  |  |
| 2.3.7 <i>Physical Evidence</i> /Bukti fisik .....                                                                                |  |
| 2.3.7.1 Idikator <i>physical evidence</i> /Bukti fisik.....                                                                      |  |
| 2.4 Loyalitas pelanggan .....                                                                                                    |  |
| 2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....                                                                                        |  |
| 2.4.2 Faktor – faktor yang mempengharui loyalitas pelanggan.....                                                                 |  |
| 2.4.3 Indikator loyalitas pelanggan.....                                                                                         |  |
| 2.5 Kepuasan Pelanggan .....                                                                                                     |  |
| 2.5.1 Pengertian kepuasan pelanggan.....                                                                                         |  |
| 2.5.2 Faktor – faktor yang mempengharui kepuasan pelanggan.....                                                                  |  |
| 2.5.3 Indikator Kepuasan Pelanggan .....                                                                                         |  |
| 2.6 Kerangka Berpikir.....                                                                                                       |  |
| 2.7 Hubungan antar variabel .....                                                                                                |  |
| 2.7.1 Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan pelanggan .....                                                           |  |
| 2.7.2 Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas pelanggan.....                                                           |  |
| 2.7.3 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan .....                                                             |  |
| 2.7.4 Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas pelanggan dengan<br>kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening..... |  |

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....**

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian..... |  |
|-----------------------------------|--|



|                                                                       |  |
|-----------------------------------------------------------------------|--|
| 3.2 Populasi Dan Sampel .....                                         |  |
| 3.2.1 Populasi.....                                                   |  |
| 3.2.2 Sampel.....                                                     |  |
| 3.3 Operasional Variabel.....                                         |  |
| 3.4 Sumber Data.....                                                  |  |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                                      |  |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....                                         |  |
| 3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....                             |  |
| 3.6.2 Uji Measurement Model (Outer Model).....                        |  |
| 3.6.3 Uji Reliabilitas .....                                          |  |
| 3.6.4 Uji Structural Model (Inner Model).....                         |  |
| <b>BAB IV HASIL DAN PENELITIAN.....</b>                               |  |
| 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                             |  |
| 4.1.1 Sejarah PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang .....               |  |
| 4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang ..... |  |
| 4.1.3 Logo PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang .....                  |  |
| 4.1.4 Struktur Organisasi PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang .....   |  |
| 4.2 Gambaran Umum Responden .....                                     |  |
| 4.2.1 Identitas Responden .....                                       |  |
| 4.3 Analisis Deskriptif .....                                         |  |
| 4.3.1 Statistik Deskriptif <i>Product</i> ( Produk ) .....            |  |
| 4.3.2 Statistik Deskriptif <i>Price</i> ( Harga) .....                |  |
| 4.3.3 Statistik Deskriptif <i>Place</i> (Tempat) .....                |  |
| 4.3.4 Statistik Deskriptif <i>Promotion</i> (Promsi) .....            |  |

|                                                                                                                                     |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 4.3.5 Statistik Deskriptif <i>People</i> (Orang).....                                                                               |  |
| 4.3.6 Statistik Deskriptif <i>Proces</i> (Proses) .....                                                                             |  |
| 4.3.7 Statistik Deskriptif <i>Physical Evidence</i> ( Bukti Fisik).....                                                             |  |
| 4.3.8 Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....                                                                                 |  |
| 4.3.9 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....                                                                                  |  |
| 4.4 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....                                                                                    |  |
| 4.5 Analisis Model Struktural (Inner Model).....                                                                                    |  |
| 4.6 Uji <i>Godness of Fit</i> .....                                                                                                 |  |
| 4.7 Pembahasan.....                                                                                                                 |  |
| 4.7.1 Bauran Pemasaran Jasa Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan<br>Pada PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang.....                |  |
| 4.7.2 Bauran Pemasaran Jasa Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan<br>Pada PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang.....               |  |
| 4.7.3 Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....                                                              |  |
| 4.7.4 Bauran Pemasaran Jasa Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan<br>Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening..... |  |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....                                                                                             |  |
| 5.1 Kesimpulan dan Saran.....                                                                                                       |  |
| 5.1.1 Kesimpulan .....                                                                                                              |  |
| 5.1.2 Saran .....                                                                                                                   |  |

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

| NO         | NAMA TABEL                                                                          | HAL |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1.1  | Penjualan Sepeda Motor PT. Eka Rajawali Andalas Sidiikalang pada tahun 2020 – 2024. |     |
| Tabel 3.1  | Operasional Variabel                                                                |     |
| Tabel 3.2  | Metode Pemberian Nilai Daftar Pernyataan ( <i>questionnaire</i> )                   |     |
| Tabel 3.3  | Pengukuran <i>Inner Model</i>                                                       |     |
| Tabel 4.1  | <i>Case Processing Summary</i>                                                      |     |
| Tabel 4.2  | <i>Reliability Statistics</i>                                                       |     |
| Tabel 4.3  | Item Total <i>Statistics</i>                                                        |     |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin                                   |     |
| Tabel 4.5  | Karakteristik Responden Usia                                                        |     |
| Tabel 4.6  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir                             |     |
| Tabel 4.7  | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Product</i> ( $X_1$ )                       |     |
| Tabel 4.8  | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Price</i> ( $X_2$ )                         |     |
| Tabel 4.9  | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Place</i> ( $X_3$ )                         |     |
| Tabel 4.10 | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Promotion</i> ( $X_4$ )                     |     |
| Tabel 4.11 | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>People</i> ( $X_5$ )                        |     |
| Tabel 4.12 | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Process</i> ( $X_6$ )                       |     |
| Tabel 4.13 | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Physical Evidence</i> ( $X_7$ )             |     |
| Tabel 4.14 | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ )                    |     |
| Tabel 4.15 | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Z$ )                     |     |
| Tabel 4.16 | Nilai <i>Loading</i> Faktor                                                         |     |
| Tabel 4.17 | Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)                                       |     |
| Tabel 4.18 | <i>Discriminant validity</i>                                                        |     |
| Tabel 4.19 | <i>Cronbach's Alpha</i>                                                             |     |
| Tabel 4.20 | Nilai <i>Composite Reliability</i>                                                  |     |
| Tabel 4.21 | <i>Output Collinearity Statistic</i> (VIF) – <i>Inner Model</i> - Matriks           |     |
| Tabel 4.22 | Hasil Uji Hipotesis                                                                 |     |
| Tabel 4.23 | <i>Specific Indirect Effect</i>                                                     |     |
| Tabel 4.24 | Nilai <i>F-Square</i>                                                               |     |
| Tabel 4.25 | Nilai <i>R-Square</i>                                                               |     |
| Tabel 4.26 | Nilai SRMR                                                                          |     |



## DAFTAR GAMBAR

| NO         | NAMA GAMBAR                                             | HAL |
|------------|---------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 2.1 | Kerangka Berpikir                                       |     |
| Gambar 4.1 | Logo PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang                |     |
| Gambar 4.2 | Struktur Organisasi PT. Eka Rajawali Andalas Sidikalang |     |
| Gambar 4.3 | Uji Loading Faktor                                      |     |



## DAFTAR LAMPIRAN

| No | Nama Lampiran                                                                                                     |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Kuesioner                                                                                                         |
| 2  | Hasil Kuesioner                                                                                                   |
| 3  | Nilai <i>Loading</i> Faktor                                                                                       |
| 4  | Hasil Uji <i>Loading</i> Faktor                                                                                   |
| 5  | Hasil Uji Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)                                                           |
| 6  | Hasil Uji Nilai <i>Discriminant Validity</i>                                                                      |
| 7  | Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>                                                                                 |
| 8  | Hasil Uji Nilai <i>Composite Reliability</i>                                                                      |
| 9  | Hasil Uji <i>Output Collinearity Statistic</i> (VIF) – <i>Inner Model - Matriks</i>                               |
| 10 | Hasil Uji Hipotesis                                                                                               |
| 11 | Hasil Uji <i>Specific Indirect Effect</i>                                                                         |
| 12 | Hasil Uji Nilai <i>F Square</i>                                                                                   |
| 13 | Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>                                                                                   |
| 14 | Hasil Uji Nilai SRMR                                                                                              |
| 15 | Lembar Pengajuan Judul                                                                                            |
| 16 | Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Skripsi |
| 17 | Surat Permohonan Riset                                                                                            |
| 18 | Undangan Seminar Proposal Skripsi                                                                                 |
| 19 | Berita Acara dan Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi                                                            |
| 20 | Lembar Revisi Seminar Proposal Skripsi                                                                            |
| 21 | Lembar ACC Penggandaan Skripsi                                                                                    |
| 22 | Surat Keterangan Bebas Perpustakaan                                                                               |
| 23 | Surat Undangan Meja Hijau                                                                                         |
| 24 | Kartu Bimbingan Skripsi                                                                                           |





## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Aditya, A., & Wardana, I. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Marketing: An introduction* (13th ed.). Pearson Education.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Boyd, H. W., Walker, O. C., & Larreche, J. C. (2000). *Marketing Management: A strategic approach*. McGraw-Hill.
- Gitosudarmo, I. (2019). *Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition* (3rd ed.). Wiley.
- Grönroos, C. (2015). *Service Management and Marketing* (4th ed.). Wiley.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate Data Analysis* (9th ed.). Pearson.
- Hartono, J., & Jogiyanto, H. M. (2011). *Metodologi penelitian bisnis: Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman* (6th ed.). BPFE.
- Herry. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Mitra Wacana Media.
- Husein, U. (2005). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Hurriyati, R., & Firmansyah, D. (2019). *Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ichwanudin, M. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (10th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2019). *Marketing Management* (18th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kusaeri. (2012). *Pengukuran Hasil Belajar*. Graha Ilmu.
- Lamere, J., Sari, F., & Pratama, R. (2021). Discriminant Validity dalam Model PLS. *Jurnal Statistika dan Psikometri*, 9(3), 120–130.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran jasa: Teori dan Praktik*. Salemba Empat.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian* (7th ed.). Ghalia Indonesia.
- Nasution, M. N. (2010). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Ghalia Indonesia.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed.). Routledge.
- Rangkuti, F. (2006). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, W. J. (2012). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- Sunyoto, D. (2019). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Aplikasi, dan Penelitian*. Andi.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wirawan. (2018). *Metodologi Penelitian: Teori dan Aplikasi dalam Penelitian Ilmu Sosial, Manajemen, dan Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SmartPLS 3.0*. Yogyakarta: Deepublish.

Yamin, S. (2022). *Panduan SmartPLS untuk Penelitian Manajemen*. Salemba Empat.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2019). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

## JURNAL

Anisah. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Palembang*. Universitas Sriwijaya.

Amanda, A., Sari, D., & Rahman, H. (2019). Uji Reliabilitas dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Penelitian Sosial*, 7(2), 45–53.

Danapriatna, N., Fikri, D. K., Kamilah, A., Putra, P., & Khoiriyah, U. (2024). Pengaruh Bauran pemasaran Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen: Rumah Makan Pondok Gabus Lukman. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 63–76.

Elicia, D., & Widjaya, Y. (2020) Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran. *Jurnal Manajemen*, 9(3), 211-222

Harahap, D. (2018). *Analisis Data Menggunakan SmartPLS: Teori dan Praktik*. Deepublish.

Hidayat, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Restoran Cepat Saji. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2), 123–134.

Hijriah, S., dkk. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Trans Studio Makassar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2), 112–125.

Husnawati, H., Sari, D., & Rahayu, F. (2019). *Analisis Validitas dan Reliabilitas Menggunakan SmartPLS untuk Model Penelitian Kuantitatif*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 112–120.

- Imelda, A., Rizki, D. K., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan: Studi kasus Make Over Cosmetics di Mall Metropolitan Bekasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(1).
- Janna, R. (2021). Validitas Instrumen Dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 5(1), 15–23.
- Karin Schmelleh, P., et al. (2003). Fit Indices in Structural Equation Modeling. *Structural Equation Modeling Journal*, 10(1), 27–45.
- Ladhari, R. (2019). Kualitas Pelayanan, Kepuasan Emosional dan Niat Perilaku. *Journal of Services Marketing*, 33(4), 511–523.
- Mai Hesya, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bisnis Kuliner. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 5(1), 45–56.
- Martias, M. (2021). Analisis Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 7(1), 12–20.
- Morgan, N. A., & Rego, L. L. (2006). Nilai dari Berbagai Metrik Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Memprediksi Kinerja Bisnis. *Marketing Science*, 25(5), 426–439.
- Nisa, K., Rahmawati, D., & Pratama, A. (2021). Analisis Model Persamaan Struktural (SEM) dalam Penelitian Sosial dan Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 45–56.
- Putra, D. A. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Showroom Mobil. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Otomotif*, 3(2), 78–89.
- Pulungan, A., & Rivai, R. (2021). Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 221–230.
- Rahmawati, S. (2021). Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pada Layanan Internet. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(1), 22–30.
- Simanihুরু, P., Tamba, D., Purba, A. M., & Sitorus, P. D. A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *KUKIMA: Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 3(2).
- Susanto, A., Putri, R., & Kurniawan, D. (2020). Analisis Validitas dan Reliabilitas Menggunakan SmartPLS Dalam Penelitian Eksploratori. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 45–53.



- Suriyanti, S. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Claro Makassar. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 67–75.
- Utami, S., & Siswanto, B. (2021). Analisis Validitas dan Reliabilitas Konstruk Menggunakan Metode Partial Least Square (PLS). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 134–142.
- Wibowo, A., Sari, M., & Putri, D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Kos Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Jasa*, 8(2), 90–103.
- Wiennata, F., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 56–67.
- Yasmin, A., dkk. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan: Studi pada D'Goendoe Cafe Kota Batu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 98–107.
- Yuliana, R., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Jasa Keuangan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(3), 110–121.

