

ABSTRAK

Hadianto. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Rahmat Delapan Putera Kota Makassar. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing I Abd.Rahman Rahim. Pembimbing II Sri Andayaningsih.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Rahmat Delapan Putera Kota Makassar.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Rahmat Delapan Putera Kota Makassar yang berjumlah 350 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah 78 orang. Teknik pengambilan sampel responden dilakukan dengan teknik *simple random sampling* yang mengandung makna bahwa tiap elemen populasi memiliki kesempatan yang sama menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, kuesioner, wawancara serta dokumentasi. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, uji t (uji parsial), dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Dan dari hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis pada penelitian ini dapat diterima. Serta dari hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square menunjukkan nilai 0,280 atau sebesar 28% menunjukkan bahwa kemampuan yang dimiliki variabel independen kurang kuat untuk menjelaskan terhadap variabel dependent dan sisanya sebanyak 72% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian. Dengan demikian persamaan regresi yang diperoleh efisien untuk menggambarkan bentuk hubungan antar variabel.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Loyalitas Pelanggan