

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung” ini ditulis oleh Diah Trisnawati, NIM. 1742143065, pembimbing Nurul Fitri Ismayanti, SE., M.E.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh animo masyarakat terhadap olahraga futsal yang pada akhirnya banyak dilirik oleh pelaku bisnis di Tulungagung untuk mendirikan usaha persewaan lapangan futsal, salah satunya yaitu Global Futsal, akantetapi dengan semakin banyaknya usaha sejenis maka kompetisi dalam dunia bisnis semakin terasa. Loyalitas konsumen menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena loyalitas konsumen akan mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha terutama ditengah persaingan bisnis yang tinggi, loyalitas konsumen dapat diperoleh melalui bauran pemasaran dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu penelitian ini mengangkat permasalahan bauran pemasaran dan kualitas pelayanan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, skala pengukuran menggunakan skala likert. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 43 responden yaitu member muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung yang telah menyewa lapangan futsal di global futsal sebanyak minimal 3 kali. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data yang dianalisis terlebih dahulu telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik.

Hasil Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim Global Futsal, kemudian variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim Global Futsal. Selanjutnya melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim Global Futsal.

Kata kunci : bauran pemasaran, kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen.

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Marketing Mix and Quality Service Against Muslim Consumers Loyalty of Global Futsal Ketanon Tulungagung" was written by Diah Trisnawati, NIM. 1742143065, mentor Nurul Fitri Ismayanti, SE., M.E.I

This research is motivated by public interest towards futsal sport which in the end is much ogled by businessmen in Tulungagung to establish futsal field leasing business, one of them is Global Futsal, but with the increasing number of similar businesses, the competition in the business world is increasingly felt. Consumer loyalty is the main priority in this research because consumer loyalty will affect the sustainability of a business especially in the midst of high business competition, consumer loyalty can be obtained through marketing mix and service quality done by company. Therefore this research raises the problem of marketing mix and service quality with the aim to know the influence of marketing mix and service quality to muslim consumers loyalty of Global Futsal Ketanon Tulungagung.

The approach used is quantitative with the type of associative research. The technique sampling in this research is purposive sampling, scale measurement using likert scale. The number of samples used in this study as many as 43 respondents are members muslim of the Global Futsal Ketanon Tulungagung who have rented futsal field in global futsal at least 3 times. The next stage, the questionnaire data is analyzed by using multiple linear regression analysis that serves to prove the research hypothesis. The analyzed data have met the validity test, the reliability test, and the classical assumption test.

The results of hypothesis testing using t test show that marketing mix variables have a significant positive effect on consumer loyalty, then service quality variables have a significant positive effect on consumer loyalty. Furthermore, through the F test can be seen that the variables of marketing mix and service quality simultaneously have a significant effect on consumer loyalty.

Keywords: marketing mix, service quality, and consumer loyalty