

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
KONSUMEN PADA SATE MAK SYUKUR  
DI KOTA PADANG PANJANG**

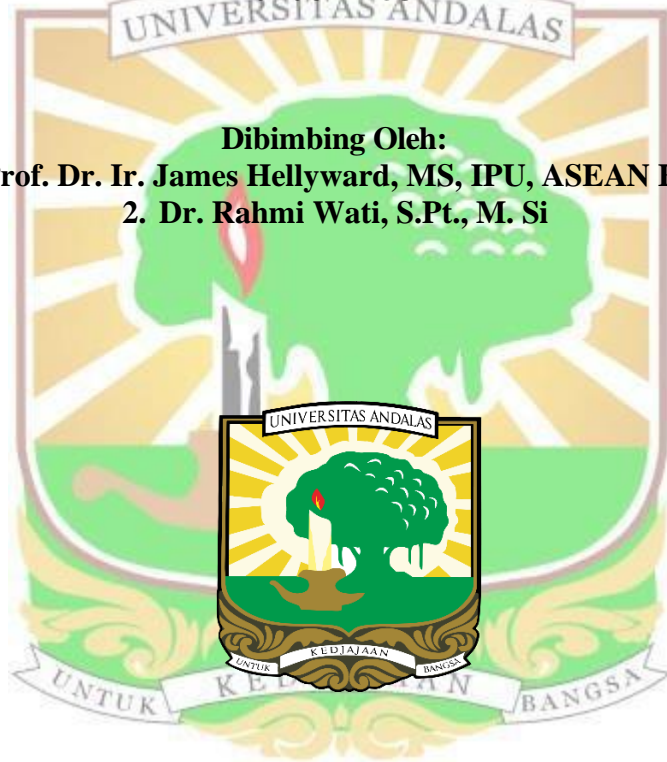
**SKRIPSI**

Oleh

**HANIYAH ANUGERAH**

**2010612153**

- Dibimbing Oleh:**
- 1. Prof. Dr. Ir. James Hellyward, MS, IPU, ASEAN Eng**
  - 2. Dr. Rahmi Wati, S.Pt., M. Si**



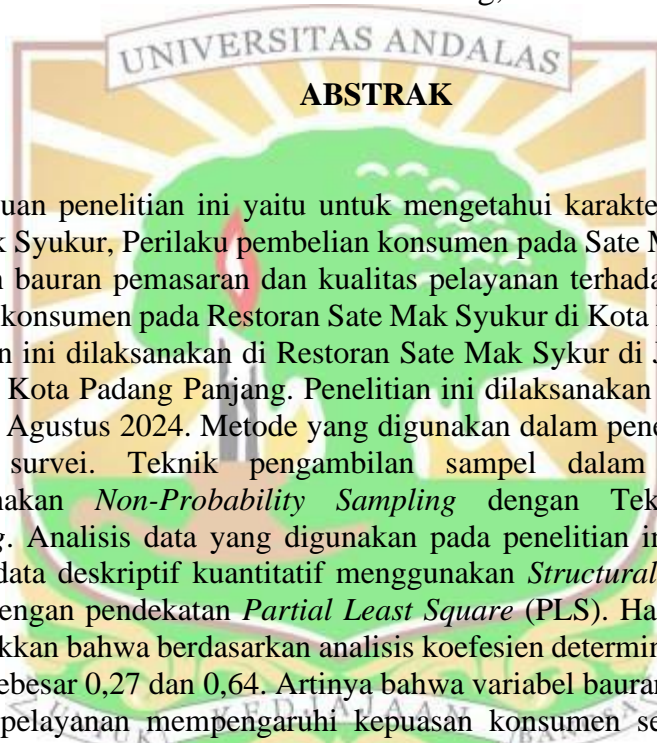
**FAKULTAS PETERNAKAN**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG, 2024**

# PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA SATE MAK SYUKUR DI KOTA PADANG PANJANG

Haniyah Anugerah, di bawah bimbingan  
Prof. Dr. Ir. James Hellyward, M.S., IPU., Asean Eng., APEC Eng dan  
Dr. Rahmi Wati, S.Pt., M.Si  
Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan, Fakultas Peternakan  
Universitas Andalas Padang, 2024



Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik konsumen Sate Mak Syukur, Perilaku pembelian konsumen pada Sate Mak Syukur, dan pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada Restoran Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Sate Mak Syukur di Jl. Sutan Syahrir No. 250, Kota Padang Panjang. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 24 Juli – 24 Agustus 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan Teknik *Accidental Sampling*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh *R-Square* sebesar 0,27 dan 0,64. Artinya bahwa variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 27% dan loyalitas konsumen sebesar 64%. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi bauran pemasaran tidak mempengaruhi loyalitas konsumen secara langsung dengan hasil *p - Values* 0,441 besar dari 0,05, kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen, bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Bauran Pemasaran, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen, *SEM-PLS*.