

ABSTRAK

Sulistyono. “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Penumpang (Studi Kasus pada Penumpang Kereta Api di Stasiun Kutoarjo)”. Skripsi. Pendidikan Ekonomi. FKIP, Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh: 1) *product* terhadap loyalitas penumpang, 2) *price* terhadap loyalitas penumpang, 3) *place* terhadap loyalitas penumpang, 4) *promotion* terhadap loyalitas penumpang, 5) *people* terhadap loyalitas penumpang, 6) *process* terhadap loyalitas penumpang, 7) *physical evidence* terhadap loyalitas penumpang, dan 8) *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* secara simultan terhadap loyalitas penumpang.

Populasi pada penelitian ini adalah individu yang pernah menggunakan layanan kereta api di stasiun Kutoarjo pada tahun 2014. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Penentuan responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Untuk menguji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji t menunjukkan bahwa: 1) nilai koefisien korelasi *product* (X_1) sebesar 0,130 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p\ value < 5\%$); 2) nilai koefisien korelasi *price* (X_2) sebesar 0,120 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($p\ value < 5\%$); 3) nilai koefisien korelasi *place* (X_3) sebesar 0,130 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($p\ value < 5\%$); 4) nilai koefisien korelasi *promotion* (X_4) sebesar 0,132 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($p\ value < 5\%$); 5) nilai koefisien korelasi *people* (X_5) sebesar 0,090 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p\ value < 5\%$); 6) nilai koefisien korelasi *process* (X_6) sebesar 0,148 dengan nilai signifikansi 0,002 sebesar 0,011 ($p\ value < 5\%$); 7) nilai koefisien korelasi *physicalevidence* (X_7) sebesar 0,122 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p\ value < 5\%$). Hasil uji F menunjukan nilai F sebesar 29,013 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($p\ value < 5\%$). Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang diajukan secara keseluruhan terbukti dan dapat diterima.

Kata kunci : bauran pemasaran, loyalitas penumpang