

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**

**(Studi pada Konsumen Toko Indomaret *drive thru*
Tomang Jakarta Barat)**

SKRIPSI

**RATNA WANI SINURAT
21160000287**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**
(Studi pada Konsumen Toko Indomaret *drive thru* Tomang
Jakarta Barat)

SKRIPSI

RATNA WANI SINURAT
21160000287



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN PERSYARATAN
MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Konsumen Toko Indomaret *drive thru* Tomang Jakarta
Barat)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Agustus 2021



RATNA WANI SINURAT
NPM 21160000287





HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Konsumen Toko Indomaret *drive thru* Tomang Jakarta Barat)

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 12 Agustus 2021 dengan nilai

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Kepala Program Studi Manajemen)
2.  : Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si.
(Pembimbing)
3.  : Dr. Gatot Prabantoro, SE, MM
(Anggota Penguji)
4.  ; Asep Saefurahman, SE, ME
(Anggota Penguji)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Konsumen Toko Indomaret *drive thru* Tomang Jakarta Barat)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan *Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si.* dan diketahui oleh Kepala Program Studi Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 12 Agustus 2021

Pembimbing,

Kepala Program S1 Manajemen



Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Penulisan karya ilmiah ini merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Terimakasih kepada Bapak Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan karya ilmiah ini.
2. Terimakasih kepada Bapak Dr.Gatot Prabantoro,SE,MM dan Bapak Asep Saefurahman,SE,MM yang bersedia menguji saya disidang skripsi.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ)
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
7. Kedua Orang tua tercinta Abang dan adek yang selama ini sudah mendukung dari awal menjelang akhir perkuliahan, sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini dengan baik.
8. Dan Teman-teman perkuliahan atas dukungan yang diberikan dan semangatnya.
9. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasamanya

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 12 Agustus 2021



Ratna Wani Sinurat
21160000287

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ratna wani sinurat
NPM : 21160000287
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Konsumen Toko Indomaret *drive thru* Tomang
Jakarta Barat)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal :12/08/2021

Yang menyatakan,



Ratna wani sinurat

Ratna Wani Sinurat NPM : 21160000287 Program Studi S1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Ruland Willy Jack Sumampou SE.,M.Si.
PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Konsumen Toko Indomaret <i>drive thru</i> Tomang JakartaBarat)	
<p style="text-align: center;">ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Indomaret drive thru Tomang, Jakarta Barat).</p> <p>penelitian yang digunakan adalah metode observasi, dengan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan datanya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen toko Indomaret drive thruTomang, Jakarta Barat. Sample dalam penelitian ini diambil dari 97 orang responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan bahwa secara parsial promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret drive thru Tomang, Jakarta Barat, secara parsial harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret drive thru Tomang, Jakarta Barat, secara parsial kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret drive thru Tomang, Jakarta Barat. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan promosi, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Indomaret drive thru Tomang, Jakarta Barat.</p>	
Kata Kunci: Promosi, Persepsi Harga,Kualitas Produk,Loyalitas Pelanggan	

Ratna Wani Sinurat NPM : 21160000287 Bachelor of Management	Supervisor : Ruland Willy Jack Sumampou SE.,M.Si.
<p align="center">THE EFFECT OF PROMOTION, PRICE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY (Study on consumers Indomaret <i>drive thru</i> in Tomang West Jakarta)</p>	
<p align="center">ABSTRACT</p> <p>This research was conducted to determine the effect of promotion, price and product quality on customer loyalty (a case study on Indomaret drive thru Tomang, West Jakarta).</p> <p>The research used is the observation method, using a questionnaire as a method of data collection. The population in this study were all consumers of the Indomaret drive thru Tomang store, West Jakarta. The sample in this study was taken from 97 respondents. The analytical method used is regression, coefficient of determination and hypothesis testing. the results of the tests that have been carried out, it can be explained that partially promotion does not significantly affect customer loyalty Indomaret drive thru Tomang, West Jakarta, partially price has a significant effect on customer loyalty Indomaret drive thru Tomang, West Jakarta, partially product quality has a significant effect towards customer loyalty Indomaret drive thru Tomang, West Jakarta. Simultaneously there is a significant effect of promotion, price and product quality on customer loyalty Indomaret drive thru Tomang, West Jakarta.</p>	
<p><i>Keywords: Promotion, Price Perception,Product Quality,Customer Loyalty</i></p>	

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang Masalah	2
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Review Penelitian terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pengertian Pemasaran	14
2.2.2 Bauran Pemasaran	15
2.2.3 Promosi	16
2.2.4 Persepsi Harga.....	20
2.2.5 Kualitas Produk.....	24
2.2.6 Loyalitas Pelanggan	26
2.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	30
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	31
2.5 Kerangka Konseptual.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Strategi Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.2.1 Populasi Penelitian.....	37
3.2.2 Sampel Penelitian.....	38
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	39
3.3.1 Data Primer	39
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	39
3.4 Operasional Variabel	40
3.4.1 Instrumen Penelitian	40
3.4.2 Pengujian Instumen Penelitian	42
3.4.2.1 Uji Validitas	42
3.4.2.2 Uji Reabilitas.....	43
3.5 Metode Analisis	43

3.5.1	Pengolahan Data	43
3.5.2	Penyajian Data	43
3.5.3	Metode Analisis Data Statistik	44
3.5.3.1	Uji Validitas.....	44
3.5.3.2	Uji Realibilitas.....	44
3.5.3.3	Pengujian Hipotesis.....	44
3.5.4.4	Uji Koefisien Determinasi (Uji- r^2).....	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2	Deskripsi responden.....	51
4.3	Deskripsi data	53
4.3.1	Variabel Promosi (X1).....	53
4.3.2	Variabel (X2)	54
4.3.3	Variabel Kualitas Produk (X3).....	54
4.3.4	Variabel LoyalitasPelanggan (Y).....	55
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.4.1	Uji Validitas	55
4.4.2	Uji Reliabilitas	57
4.5	Analisis Statistik Data.....	58
4.6	Pengujian hipotesis	58
4.6.1	Uji Parsial (Uji t).....	58
4.6.2	Uji Simultan (Uji F).....	60
4.7	Analisis Koefisien Determinasi Parsial	60
4.7.1	Analisis Koefisien Determinasi (Uji r^2).....	62
4.7	Hasil pembahasan	63
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	67
	DAFTAR PUSTAKA	69
	LAMPIRAN.....	73
	Lampiran 1.Kuesioner Penelitian	73
	Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden Full Test	74
	Lampiran 3.KarakteristikRespondenBerdasarkanJenisKelamin dan Usia ..	79
	Lampiran 4.KarakteristikRespondenBerdasarkanPekerjaan	82
	Lampiran 5. KarakteristikRespondenBerdasarkan Range Gaji	85
	Lampiran 6.Tabulasi Variabel Promosi.....	88
	Lampiran 7.Tabulasi Variabel Harga	91
	Lampiran 8.Tabulasi Variabel Kualitas Produk	94
	Lampiran 9.Tabulasi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	97
	Lampiran 10.Hasil Uji Validitas VariabelPromosi.....	101
	Lampiran 11.Hasil Uji Validitas Variabel Harga	102
	Lampiran 12.Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	103
	Lampiran 13.Hasil Uji Validitas Variabel LoyalitasPelanggan	104
	Lampiran 14.Hasil Uji Reliabilitas menggunakan SPSS.....	105
	Lampiran 15.Hasil Uji Parsial Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	106
	Lampiran 16.Hasil Uji Parsial Pengaruh Harga terhadap LoyalitasPelanggan	107

Lampiran 17. Hasil Uji Parsial Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	108
Lampiran 18 Hasil Uji Parsial Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	109
Lampiran 19. Surat keterangan izin riset.....	110
Lampiran 20. Daftar riwayat hidup	111

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 kriteria Pengukuran Instrument Penelitian.....	41
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.....	41
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasar Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Range Pendapatan	52
Tabel 4. 5 Variabel Promosi (X1)	53
Tabel 4. 6 Variabel Persepsi Harga (X2)	54
Tabel 4. 7 Variabel Kualitas Produk (X3)	54
Tabel 4. 8 Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Minimarket Tahun 2020	3
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual penelitian.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden Full Test.....	74
Lampiran 3.KarakteristikRespondenBerdasarkanJenisKelamin dan Usia.....	79
Lampiran 4.KarakteristikRespondenBerdasarkanPekerjaan.....	82
Lampiran 5. Karakteristik RespondenBerdasarkan Range Gaji	85
Lampiran 6.Tabulasi Variabel Promosi	88
Lampiran 7.Tabulasi Variabel Persepsi Harga.....	91
Lampiran 8.Tabulasi Variabel Kualitas Produk.....	94
Lampiran 9.Tabulasi Variabel Loyalitas Pelanggan	97
Lampiran 10.Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	101
Lampiran 11.Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	102
Lampiran 12.Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	103
Lampiran 13.Hasil Uji Validitas Variabel LoyalitasPelanggan.....	104
Lampiran 14.Hasil Uji Reliabilitas menggunakan SPSS	105
Lampiran 15.Hasil Uji Parsial Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	106
Lampiran 16.Hasil Uji Parsial Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	107
Lampiran 17.Hasil Uji Parsial Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	109
Lampiran 18 Hasil Uji Parsial Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	110
Lampiran 19.Surat keterangan izin riset	111
Lampiran 20.Daftar riwayat hidup.....	112

