

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MEDIA  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA  
INTERNET INDIHOME (STUDI PENGGUNA DI RW  
09 JL.KEBON KELAPA, UTAN KAYU SELATAN)**

**SKRIPSI**

**RESTU PUTRI KEMUNING**

**21170000379**



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

**2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MEDIA  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA  
INTERNET INDIHOME (STUDI PENGGUNA DI RW  
09 JL.KEBON KELAPA, UTAN KAYU SELATAN)**

**SKRIPSI**

**RESTU PUTRI KEMUNING**

**21170000379**



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

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

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA  
INTERNET INDIHOME (STUDI PENGGUNA DI RW 09 JL.KEBON  
KELAPA, UTAN KAYU SELATAN)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, 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, 08 September 2021



**RESTU PUTRI KEMUNING**

NPM 21170000379

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA INTERNET INDIHOME (STUDI PENGGUNA DI RW 09 JL.KEBON KELAPA, UTAN KAYU SELATAN)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Imelda Aprileny, SE., ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 08 September 2021

Pembimbing,



Imelda Aprileny, SE., ME

Kepala Program Studi S1-Manajemen



Muhammad Ramaditya BBA, M.sc





## HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA INTERNET INDIHOME (STUDI PENGGUNA DI RW 09 JL.KEBON KELAPA, UTAN KAYU SELATAN)**

telah diuji dalam suatu sidang karya ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, pada tanggal 08 September 2021 dengan nilai A

Panitia ujian karya ilmiah:

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Kepala Program Studi S1- Manajemen)
2.  : Imelda Aprileny, SE., ME.  
(Pembimbing)
3.  : Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Penguji 1)
4.  : Rama Chandra, SE., ME  
(Penguji 2)

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah dilimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Imelda Aprileny, SE., ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc dan Bapak Rama Chandra, SE., ME. Selaku penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA., MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta.
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
6. Kepada Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan sebagian ilmunya.
7. Kedua Orang Tua yang amat sangat saya cintai dan sayangi, Bapak Sugito Dan Ibu Komaniarsih, yang selalu memberikan semangat, dorongan, doa dan perhatian yang luar biasa besar. Serta kakak-kakak saya Mas Resza Septian, Mba Aline, Mas Dhimas Adhitiya, Dan Mba Nurita yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk terus berjuang.

8. Spesial kepada teman seperjuangan saya Riviana, Rahmida, Yeni, Fauziah, Sasti, Bella, Singse, Rosa yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan moril- material dengan keikhlasan yang begitu besar untuk saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Spesial Kepada Sahabat-Sahabat Saya Mba Thamie, Kakak Nisrina, Mila, Dadies, Aziza, Fernanda, Ronaldo, dan Imam yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan moril- material dengan keikhlasan yang begitu besar untuk saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Segenap Pengurus RW 09 yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini dan mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di daerah setempat.
11. Segenap Teman-Teman Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Manajemen Jakarta Angkatan 2017 dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. terimakasih sebanyak-banyaknya atas masukan-masukan yang membangun dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

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

Jakarta, 08 September 2021



**RESTU PUTRI KEMUNING**

NIM 21170000379

## **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 : Restu Putri Kemuning  
NPM : 21170000379  
Program Studi : S1 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 KUALITAS PRODUK DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA INTERNET INDIHOME (STUDI PENGGUNA DI RW 09 JL.KEBON KELAPA, UTAN KAYU SELATAN)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : STEI INDONESIA (JAKARTA)  
Pada tanggal : 08 September 2021

Yang menyatakan,



Restu Putri Kemuning



Restu Putri Kemuning

Dosen Pembimbing

NPM 21170000379

Imelda Aprileny, SE., ME

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MEDIA PROMOSI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
KONSUMEN PADA INTERNET INDIHOME (STUDI PENGGUNA DI  
RW 09 JL.KEBON KELAPA, UTAN KAYU SELATAN)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan media promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen pada internet indihome di RW 09 JL.Kebon Kelapa, Utan Kayu Selatan.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah kuantitatif dengan strategi penelitian yang digunakan peneliti adalah strategi asosiatif/kausalitas. Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner sebanyak 86 konsumen indihome di RW 09 Jl.Kebon Kelapa, Utan Kayu Selatan. Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan structural equation modeling (SEM) penelitian menguji Inner model, outer model dan hipotesis dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0.

Hasil ini menunjukkan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh sebesar 67,4% terhadap kepuasan konsumen. Media promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Media promosi berpengaruh sebesar 24,1% terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh sebesar 56 % terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh sebesar 37,8% terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Media promosi berpengaruh sebesar 13,5% terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

**Kata kunci : Pengaruh Kualitas Produk, Media Promosi,  
Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen.**

Restu Putri Kemuning NPM 21170000379 Degree S-1 Management	Supervisor Imelda Aprileny, SE., ME
<b>THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTIONAL MEDIA ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CONSUMER SATISFACTION ON THE INDIHOME INTERNET (USER STUDY IN RW 09 JL. KEBON KELAPA, UTAN KAYU SELATAN)</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<p>This study aims to determine whether there is an effect of product quality and promotional media on customer loyalty through consumer satisfaction on the internet indihome in RW 09 JL. Kebon Kelapa, Utan Kayu Selatan.</p> <p>The research method used by the researcher is quantitative with the research strategy used by the researcher is the associative/causative strategy. This study uses primary data by distributing questionnaires to 86 indihome consumers in RW 09 Jl. Kebon Kelapa, Utan Kayu Selatan. The data processing method in this study uses structural equation modeling (SEM). The research tests the Inner model, outer model and hypothesis using the SmartPLS 3.0 application.</p> <p>These results indicate that product quality has no effect on customer loyalty. Product quality has an effect of 67.4% on consumer satisfaction. Media promotion has no effect on customer loyalty. Media promotion has an effect of 24.1% on consumer satisfaction. Consumer satisfaction has an effect of 56% on customer loyalty. Product quality has an effect of 37.8% on customer loyalty through customer satisfaction. Media promotion has an effect of 13.5% on customer loyalty through customer satisfaction.</p>	
<b>Keywords : Effect of Product Quality, Promotional Media, Customer Loyalty, Consumer Satisfaction.</b>	

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Peneliti .....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Landasan Teori .....	10
2.2.1. Definisi Pemasaran.....	10
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.2.2.1. Marketing Mix.....	11
2.2.3. Kualitas Produk .....	12
2.2.3.1. Definisi Kualitas Produk .....	12
2.2.3.2. Indikator Kualitas Produk .....	12
2.2.4. Media Promosi .....	14
2.2.4.1. Pengertian Media Promosi .....	14
2.2.4.2. Indikator Media Promosi .....	14
2.2.5. Kepuasan Konsumen .....	15

2.2.5.1. Definisi Kepuasan Konsumen .....	15
2.2.5.2. Indikator Kepuasan Konsumen .....	16
2.2.5.3. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	16
2.2.6. Loyalitas Pelanggan .....	16
2.2.6.1. Definisi Loyalitas Pelanggan .....	16
2.2.6.2. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	17
2.2.6.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	17
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	18
2.3.1. Pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) .....	18
2.3.2. Pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Z$ ) .....	18
2.3.3. Pengaruh media promosi ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) .....	18
2.3.4. Pengaruh media promosi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Z$ ) .....	18
2.3.5. Pengaruh kepuasan konsumen ( $Z$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) .....	19
2.3.6. Pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) melalui kepuasan konsumen ( $Z$ ) .....	19
2.3.7. Pengaruh media promosi ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) melalui kepuasan konsumen ( $Z$ ) .....	20
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	20
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	21
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	22
3.2. Populasi dan Sampel .....	22
3.2.1. Populasi penelitian .....	22

3.2.2.	Sampel Penelitian .....	23
3.3.	Data dan Metode Pengumpulan Data .....	23
3.3.1.	Sumber Data .....	24
3.3.1.1.	Data Primer .....	24
3.3.2.	Metode Pengumpulan data .....	24
3.3.2.1.	Observasi .....	24
3.3.2.2.	Kajian Pustaka .....	24
3.3.2.3.	Kuesioner .....	24
3.4.	Operasionalisasi Variabel .....	25
3.5.	Metode Analisis Data .....	28
3.5.1.	Alat Analisis Statistik data .....	29
3.5.1.1.	Analisis jalur .....	29
3.5.1.2.	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	29
3.5.1.3.	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	30
3.5.1.4.	Uji Hipotesis .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>32</b>
4.1.	Deskripsi Perusahaan .....	32
4.1.1.	Deskripsi Responden Data .....	33
4.1.2.	Karakteristik Responden .....	33
4.2.	Analisis Statistik Hasil Penelitian .....	36
4.2.1.	Hasil Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	36
4.2.2.	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	44
4.2.3.	Uji Hipotesis.....	47
4.2.3.1.	Pengujian Hipotesis Parsial ( <i>Direct Effect</i> ) .....	48
4.2.3.2.	Pengujian Hipotesis Parsial ( <i>Indirect Effect</i> ) .....	50
4.3.	Temuan Hasil Penelitian .....	51
4.3.1.	Pengaruh kualitas produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	51
4.3.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	51

4.3.3. Pengaruh Media Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
4.3.4. Pengaruh Media Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	52
4.3.5. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	52
4.3.6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen .....	52
4.3.7. Pengaruh Media Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen .....	53
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>
5.1. Simpulan .....	54
5.2. Saran .....	55
Daftar Referensi .....	56
Lampiran-Lampiran.....	59-81
Daftar Riwayat Hidup .....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Skala Likert.....	25
Tabel 3.2.	Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1.	Validitas instrumen tahap 1 variabel kualitas produk .....	37
Tabel 4.2.	Validitas instrumen tahap 1 variabel media promosi .....	37
Tabel 4.3.	Validitas instrumen tahap 1 variabel loyalitas pelanggan .....	38
Tabel 4.4.	Validitas instrumen tahap 1 variabel kepuasan konsumen .....	38
Tabel 4.5.	Validitas instrumen tahap 2 variabel kualitas produk .....	39
Tabel 4.6.	Validitas instrumen tahap 2 variabel Media Promosi .....	40
Tabel 4.7.	Validitas instrumen tahap 2 variabel loyalitas pelanggan .....	40
Tabel 4.8.	Validitas instrumen tahap 2 variabel kepuasan konsumen .....	40
Tabel 4.9.	<i>Cross Loading Discriminant Validity</i> .....	42
Tabel 4.10.	Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	43
Tabel 4.11.	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	44
Tabel 4.12.	<i>Model fit</i> .....	45
Tabel 4.13.	<i>R Square</i> .....	46
Tabel 4.14.	Hasil Perhitungan <i>Direct Effect</i> .....	48
Tabel 4.15.	Hasil Perhitungan <i>Indirect Effect</i> .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	Berdasarkan Usia .....	34
Gambar 4.2.	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Gambar 4.3.	Berdasarkan Pekerjaan .....	35
Gambar 4.4.	Hasil Pengolahan Data 1.....	36
Gambar 4.5.	Hasil Pengolahan Data 2 .....	39
Gambar 4.6.	Path Coefficient .....	44
Gambar 4.7.	Hasil Bootstrapping .....	47