

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Giant Express Bintara Bekasi)**

SKRIPSI

**ADITYA DWI SAPUTRA
21150000145**



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

2019

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Giant Express Bintara Bekasi)**

SKRIPSI

**ADITYA DWI SAPUTRA
21150000145**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Giant Express Bintara Bekasi)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 Agustus 2019

A handwritten signature in black ink is written over a green 6000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', 'C4808AFF854168447', '6000', and 'ENAM RIBURUPIAH'.

Aditya Dwi Saputra
NPK 21150000145

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus pada Giant Express Bintara Bekasi)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 30 Agustus 2019

Pembimbing

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Ir. Ginanjar Syamsuar, ME



Drs. Sumitro, MSc


HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi dengan judul


**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus pada Giant Express Bintara Bekasi)**


telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 30 Agustus 2019 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kaprodi S-1 Manajemen : Ketua)

2. ; H. Ginanjar Syamsuar, ME
(Pembimbing)

3. ; Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc.
(Anggota Penguji 1)

4. ; Imelda Aprileny, SE., ME.
(Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekotal Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi 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 kepada :

1. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, ilmu dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih untuk saran dan kritiknya.
2. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc. dan Ibu Imelda Aprileny, SE., ME. selaku dosen penguji yang menyediakan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Pihak Giant Express Bintara Bekasi yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua orang tua peneliti dan kedua saudara kandung peneliti yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Tumino dan seluruh karyawan Giant Express Bintara Bekasi yang telah banyak membantu dalam memperoleh data penelitian yang diperlukan.

9. Teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini (Akbar, Algerio, Tubagus, Ayub, Bayu, Alvin, Syifa, Cindy, Nanda, Mediani, Silfia, Nadia) dan juga kepada teman-teman Kelas 4B- Manajemen selama menjalani masa kuliah selama 4 tahun ke belakang ini.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa didalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 30 Agustus 2019

Aditya Dwi Saputra
NPM 21150000145

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Aditya Dwi Saputra
NPM : 21150000145
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 skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Giant Express Bintara Bekasi)

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 30 Agustus 2019

Yang menyatakan,

Aditya Dwi Saputra

Aditya Dwi Saputra
NPM : 21150000145
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi Kasus pada Giant Ekspres Bintara Bekasi)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung maupun tidak langsung antara harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada Giant Ekspres Bintara Bekasi. Penelitian ini menggunakan strategi asosiatif dengan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey yang dilakukan secara langsung kepada pelanggan yang telah berbelanja di Giant Ekspres Bintara Bekasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas, namun variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas, dan variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Kepuasan Pelanggan

Aditya Dwi Saputra
NPM : 21150000145
S-1 Management Study Program

Supervisor:
Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

***EFFECT OF PRICE, PROMOTION, AND QUALITY OF SERVICE TO
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
(Case Study on Giant Ekspres Bintara Bekasi)***

ABSTRACT

The purpose of this research is to know how much direct or indirect influence between price, promotion and service quality on loyalty through customer satisfaction at Giant Ekspres Bintara Bekasi. This research used associative strategy with quantitative research. The research method used is a survey method conducted directly to customers who have shopped at Giant Ekspres Bintara Bekasi. The sampling technique used in this study is purposive sampling with a sample size of 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used path analysis.

The results showed that the price, promotion, and service quality variables had a direct effect on customer satisfaction, the price variable did not directly affect loyalty, but the promotion and service quality variables had a direct effect on loyalty, and the price, promotion, and service quality variables affected indirectly towards loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality, Loyalty, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Ritel	14
2.2.2 Pemasaran Ritel dan Bauran Pemasaran Ritel	14
2.2.3 Penetapan Harga.....	18
2.2.4 Promosi.....	20
2.2.5 Kualitas Pelayanan	23
2.2.6 Kepuasan Pelanggan	27
2.2.7 Loyalitas Pelanggan	30
2.3 Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	31
2.3.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
2.3.2 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	32

2.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.4	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	32
2.3.5	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.3.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.3.7	Pengaruh Langsung Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.3.8	Pengaruh Tidak Langsung Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.3.9	Pengaruh Tidak Langsung Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	34
2.3.10	Pengaruh Tidak Langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas	34
2.4	Hipotesis Penelitian.....	34
2.5	Kerangka Konseptual Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Strategi Penelitian	36
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.2.1	Populasi Penelitian	36
3.2.2	Sampel Penelitian.....	36
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.3	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	38
3.3.1	Data Primer	38
3.3.2	Data Sekunder	38
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	38
3.3.4	Instrumen Penelitian.....	39
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.5	Metode Analisis data	41
3.5.1	Evaluasi Model.....	42
3.5.2	Analisis Statistik Data	44
3.5.3	Pengujian hipotesis.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.2	Deskripsi Responden	51

4.3 Analisis Data	55
4.3.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	55
4.3.2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	60
4.3.3. Pengujian Hipotesis.....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1. Simpulan	74
5.2. Saran.....	76
DAFTAR REFERENSI	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1. Bobot Alternatif Jawaban Responden.....	39
Tabel 3. 2. Indikator Variabel Penelitian.....	40
Tabel 4. 1. <i>Outer Model</i>	57
Tabel 4. 2. <i>Nilai Average Varian Extracted (AVE)</i>	58
Tabel 4. 3. <i>Discriminant Validity</i>	59
Tabel 4. 4. <i>Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	60
Tabel 4. 5. <i>Nilai R-Square</i>	61
Tabel 4. 6. <i>Nilai Goodness of Fit (GOF)</i>	63
Tabel 4. 7. <i>Nilai t-statistic Direct Effect</i>	63
Tabel 4. 8. <i>Nilai t-statistic Indirect Effect</i>	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	35
Gambar 3.1. Model Diagram Jalur Persamaan Struktural 1	45
Gambar 3.2. Model Diagram Jalur Persamaan Struktural 2	45
Gambar 4.1. Jenis Kelamin	52
Gambar 4.2. Usia Responden.....	52
Gambar 4.3. Jenis Pekerjaan	53
Gambar 4.4. Responden Berbelanja.....	54
Gambar 4.5. Pendapatan Responden.....	55
Gambar 4.6. Hasil Model Pengukuran (Outer Model).....	56
Gambar 4.7. Hasil Model Struktural (Inner Model)	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	81
Lampiran 2. Skor untuk Variabel Harga (X_1)	86
Lampiran 3. Skor untuk Variabel Promosi (X_2).....	89
Lampiran 4. Skor untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)	92
Lampiran 5. Skor untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	95
Lampiran 6. Skor untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	98
Lampiran 7. Construck Reliability dan Validity	101
Lampiran 8. Nilai Outer Loadings	102
Lampiran 9. Nilai Outer Weights	103
Lampiran 10. Nilai R-Square	104
Lampiran 11. Nilai F-Square.....	105
Lampiran 12. Outer VIF Values.....	106
Lampiran 13. Inner VIF Values	107
Lampiran 14. Total Effect	108
Lampiran 15. Spesific Indirect Effect	109
Lampiran 16. Daftar Riwayat Peneliti.....	110