

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI  
PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN INDOMARET CABANG  
SADAI BENGKONG**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Kevin  
180910091**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI  
PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN INDOMARET CABANG  
SADAI BENGKONG**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh**

**Kevin  
180910091**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2022**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Kevin  
NPM : 180910091  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDOMARET CABANG SADAI BENGKONG**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 10 Februari 2022



Kevin  
180910091

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI  
PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN CABANG SADAI  
BENGGONG**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Kevin  
180910091**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 22 Januari 2022**



**Asron Saputra, S.E., M.Si.  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret cabang sadai bengkong. Instrumen penelitian yang digunakan yakni dengan mengumpulkan data berupa kuesioner dengan jumlah 356 responden Serta menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji dari kualitas data, analisis regresi linier berganda serta pengujian koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) yang dipakai untuk beresckperimen dengan memakai uji asumsi klasik dan uji pengaruh dari variable , juga terdapat pengujian berupa uji t dan uji F yakni untuk menguji hipotesis dengan menggunakan bantuan perangkat lunak berupa SPSS versi 25. Hasil dari pengujian koefisiensi determinasi dari Adjusted ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh 63,9 % terhadap loyalitas pelanggan. Hasil yang dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai Sig  $0,002 < 0,05$  variabel promosi penjualan dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan variabel citra merek dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Variabel Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan dan Citra merek dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  terhadap loyalitas pelanggan .Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas Pelanggan. Promosi Penjualan ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan indomaret cabang sadai bengkong.

**Kata Kunci:** Citra Merek; Kualitas Pelayanan; Loyalitas Pelanggan; Promosi Penjualan

## ABSTRACT

*This study has a purpose, namely to determine the effect of service quality, sales promotion and brand image on customer loyalty at the Sadai Bengkong branch of Indomaret. The research instrument used is to collect data in the form of a questionnaire with a total of 356 respondents and use validity and reliability tests to test the quality of the data, multiple linear regression analysis and testing the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) which is used to experiment using the classical assumption test and the effect test. of the variable, there is also a test in the form of t test and F test, namely to test the hypothesis by using software assistance in the form of SPSS version 25. The results of the determination coefficient test from Adjusted (R<sup>2</sup>) show that service quality, sales promotion and brand image have an effect of 63.9 % of customer loyalty. The results of the service quality variable with a value of Sig 0.002 <0.05, the sales promotion variable with a sig value of 0.000 <0.05 and the brand image variable with a sig value of 0.000 <0.05. The variables of Service Quality, Sales Promotion and Brand Image with a value of sig 0.000 <0.05 on customer loyalty. So it can be concluded that Service Quality (X1) has a partial effect on customer loyalty. Sales Promotion (X2) has a partial effect on customer loyalty. Brand image (X3) has a partial effect on customer loyalty. The influence of service quality, sales promotion and brand image have a simultaneous effect on customer loyalty at Sadai Bengkong Branch Indomaret.*

**Keywords:** *Brand Image; Service quality; Customer loyalty; Sales promotion*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul: pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek terhadap Loyalitas Pelanggan indomaret cabang sadai bengkong. yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Terselesaikannya Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan tugas akhir ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam yang telah memandu melewati proses penulisan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua tercinta yaitu, yang telah memberikan doa, kasih sayang, nasehat, dukungan dan semangat;
7. Pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi peneliti ini, yang tidak dapat disebut satu persatu

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dalam dunia pendidikan.

Batam, 22 Januari 2021

Penulis

Kevin  
180910091

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I 1</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Batasan masalah .....	9
1.4 Rumusan Masalah .....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.6.2 Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II</b> .....	<b>13</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1. Kajian Teori .....	13
2.1.1 Kualitas Layanan.....	13
2.1.1.1.Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.1.2. Faktor- Faktor Kualitas Layanan .....	13
2.1.1.3. Indikator Kualitas Layanan .....	14
2.1.1.4 Realisasi Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.1.5 Karakteristik Pelayanan .....	15
2.1.2 Promosi Penjualan .....	16
2.1.2.1. Pengertian Promosi Penjualan.....	16
2.1.2.2. Strategi Promosi Penjualan .....	17



2.1.2.3. Tujuan dan Fungsi Promosi Penjualan.....	18
2.1.2.4. Indikator Promosi Penjualan .....	18
2.1.2.5. Jenis Promosi penjualan.....	19
2.1.3 Citra merek.....	20
2.1.3.1. Pengertian Citra Merek .....	20
2.1.3.2. Faktor yang mempengaruhi Citra merek .....	20
2.1.3.3. Indikator Citra merek .....	21
2.1.3.5 Dimensi Citra Merek Perusahaan.....	22
2.1.4 Loyalitas Pelanggan .....	23
2.1.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	23
2.1.4.2. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	24
2.1.4.3. Kegiatan dalam Loyalitas Pelanggan .....	24
2.1.4.4. Golongan-golongan loyalitas pelanggan.....	25
2.1.4.5 Mengukur Loyalitas Pelanggan .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3.1 Hubungan antar Variabel .....	29
2.3.1.1 Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan .....	29
2.3.1.2 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	29
2.3.1.3 Pengaruh Citra merek terhadap Loyalitas pelanggan.....	30
2.3.1.4 Pengaruh Kualitas pelayanan , Promosi penjualan , Citra merek terhadap Loyalitas pelanggan .....	30
2.4 Hipotesis.....	31
<b>BAB III.....</b>	<b>33</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Sifat Penelitian .....	33
3.3 Lokasi serta Periode Penelitian .....	34
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	34
3.3.2. Periode Penelitian .....	34
3.4 Populasi dan Sampel .....	35
3.4.1. Populasi.....	35
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel .....	35
3.4.3. Teknik Sampling.....	36

3.5.	Sumber Data.....	37
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7	Defenisi Operasional Variabel.....	38
3.8.1	Statistik Deskriptif.....	40
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	41
3.8.2.1	Uji Validitas.....	42
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.9.1.	Uji Normalitas.....	44
3.9.2.	Uji Heterokedastisitas.....	44
3.9.3	Uji Multikolinieritas.....	45
3.10	Uji Pengaruh.....	45
3.10.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.10.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	46
3.11	Uji Hipotesis.....	47
3.11.1	Uji t.....	47
3.11.2	Uji F.....	48
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>49</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>49</b>
4.1	Gambaran Umum objek penelitian.....	49
4.1.1	Sejarah Indomaret.....	49
4.2	Deskriptif Karakteristik Responden.....	50
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....	51
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	51
4.2.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	52
4.2.5	Karakteristik Responden berdasarkan lama berbelanja.....	53
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	53
4.3.1	Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	53
4.3.2	Distribusi Frekuensi Promosi Penjualan.....	54
4.3.3	Distribusi Frekuensi Promosi Penjualan.....	55
4.3.4	Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan.....	55
4.4	Analisis Data.....	56
4.4.1	Statistik Deskriptif.....	56

4.4.1.1 Rentang Skala Item .....	56
4.4.2 Uji Kualitas Data.....	57
4.4.2.1 Uji Validitas Data .....	57
4.4.2.2 Uji Relibilitas .....	58
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	59
4.4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	59
4.4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	60
4.4.3.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	61
4.4.4 Uji Pengaruh .....	62
4.4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	63
4.5.1 Hasil Uji Koefisien Determasi ( $R^2$ ) .....	63
4.5.2 Hasil Uji Statistik t ( secara Parsial) .....	64
4.5.3 Hasil Uji Statistik F (Secara Simultan).....	64
4.6 Pembahasan.....	65
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	65
4.6.2 Pengaruh Promosi Penjualan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	66
4.6.3 Pengaruh Citra Merek Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan....	66
4.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan dan Citra Merek Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	67
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	67
4.7.1 Implikasi Teoritis .....	67
4.7.2 Implikasi Praktis .....	68
<b>BAB V.....</b>	<b>69</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
5.1 Simpulan .....	69
5.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran Penelitian .....	31
<b>Gambar 4. 1</b> Grafik Histogram Uji Normalitas .....	59
<b>Gambar 4. 2</b> Normal Probability Plot.....	60

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Jumlah Gerai Indomaret .....	5
<b>Tabel 1. 2</b> Pengunjung Toko Indomaret Cabang Sadai Bengkong .....	6
<b>Tabel 1. 3</b> Penghargaan Merek Minimarket .....	7
<b>Tabel 1. 4</b> Pedapatan dan Laba Indomaret .....	8
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	27
<b>Tabel 3. 1</b> Jadwal Penelitian.....	34
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan data .....	38
<b>Tabel 3. 3</b> Operasional Variabel.....	38
<b>Tabel 3. 4</b> Rentang Skala Penelitian.....	41
<b>Tabel 3. 5</b> Nilai Interval Reliabilitas .....	43
<b>Tabel 4. 1</b> Responden berdasarkan jenis kelamin .....	50
<b>Tabel 4. 2</b> Responden berdasarkan Umur.....	51
<b>Tabel 4. 3</b> Responden berdasarkan Pendidikan.....	51
<b>Tabel 4. 4</b> responden berdasarkan Pendapatan.....	52
<b>Tabel 4. 5</b> Karakteristik Responden berdasarkan lama berbelanja.....	53
<b>Tabel 4. 6</b> Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ).....	53
<b>Tabel 4.7</b> Distribusi Frekuensi Promosi Penjualan ( $X_2$ ) .....	54
<b>Tabel 4.8</b> Distribusi Frekuensi Citra Merek ( $X_3$ ) .....	55
<b>Tabel 4.9</b> Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan (Y) .....	55
<b>Tabel 4.10</b> Kriteria Item Variabel .....	57
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Validitas Item-item Variabel .....	58
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	58
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	63
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Statistik t .....	64
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Statistik F .....	64

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Rumus Slovin.....	35
<b>Rumus 3. 2</b> Rentang Skala .....	40
<b>Rumus 3. 3</b> Korelasi Pearson Product Moment .....	42
<b>Rumus 3. 4</b> Koefisien Reliabilitas Alfa Cronbach .....	43
<b>Rumus 3. 5</b> Rumus Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
<b>Rumus 3. 6</b> Koefisien Determinan .....	46
<b>Rumus 3. 7</b> Uji t .....	47
<b>Rumus 3. 8</b> Rumus Uji F (Simultan).....	48