

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT WELLINDO
BLAST MEDIA**

SKRIPSI



**Oleh:
Camelia Claudia
170910194**

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT WELLINDO
BLAST MEDIA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Camelia Claudia
170910194**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Camelia Claudia
NPM/NIP : 170910194
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**SKRIPSI**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT WELLINDO BLAST MEDIA

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam 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 akademik yang 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, 24 Januari 2022



Camelia Claudia
170910194

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT WELLINDO
BLAST MEDIA**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Camelia Claudia
170910194**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 28 Januari 2022



**Dr. Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, semua entitas harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan populasi seluruh pelanggan PT Wellindo Blast Media di Batam. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Incidental Sampling dan sampel yang diambil selama tahun 2021 adalah 100 pelanggan PT Wellindo Blast Media. Penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25.0 untuk mendapatkan hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi

ABSTRACT

Customer loyalty is very important for company's survival in a competitive market. Therefore, all entities must know the factors that affect customer loyalty. This study uses quantitative research methods, with a population of all customers of PT Wellindo Blast Media in Batam. The sampling technique in this study uses the Incidental Sampling technique and the sample taken during 2021 is 100 customers of PT Wellindo Blast Media. This study uses the SPSS version 25.0 program to get research results. The results showed that product quality and promotion had an effect on customer loyalty. While the service quality has no effect on customer loyalty.

Keywords: *Customer Loyalty, Service Quality, Product Quality and Promotion*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putra Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak 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 Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua serta keluarga penulis yang selalu mendukung dan memberikan motivasi;
7. Seluruh pelanggan PT Wellindo Blast Media yang telah bersedia menjadi narasumber dan rela menyediakan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan Universitas Putera Batam yang memberikan masukan serta motivasi dalam penyusunan skripsi.

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 24 Januari 2022

Camelia Claudia



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	13
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.1.5 Kualitas Produk	17
2.1.6 Indikator Kualitas Produk	19

2.1.7	Promosi.....	20
2.1.8	Promosi dan Iklan	21
2.1.9	Indikator Promosi	22
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Pemikiran.....	29
2.4	Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Sifat Penelitian	36
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel	37
3.5	Sumber Data.....	38
3.6	Metode Pengumpulan Data	38
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.7.1	Variabel Dependen	38
3.7.2	Variabel Independen	39
3.8	Metode Analisis Data	43
3.8.1	Statistik Deskriptif.....	43
3.8.2	Statistik Inferensial	43
3.9	Uji Kualitas Data.....	44
3.9.1	Uji Validitas.....	44
3.9.2	Uji Reliabilitas	45
3.10	Pengujian Asumsi Klasik	45
3.10.1	Uji Normalitas	45
3.10.2	Uji Multikolinearitas.....	46
3.10.3	Uji Autokorelasi.....	47
3.10.4	Uji Heteroskedastisitas	48
3.10.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.10.6	Analisis Regresi linier Berganda.....	50

3.11	Pengujian Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Responden Penelitian	54
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Analisis Deskripsi	58
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data	60
4.2.3	Hasil Asumsi Klasik	64
4.2.4	Hasil Uji Pengaruh.....	69
4.2.5	Uji Hipotesis	71
4.3	Pembahasan.....	74
4.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Wellindo Blast Media.....	74
4.3.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Wellindo Blast Media.....	75
4.3.3	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Wellindo Blast Media.....	77
4.3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Wellindo Blast Media.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	SIMPULAN	79
5.2	SARAN	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan P-P Plot	65
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Histogram.....	65
Gambar 4.3 Uji heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan PT Wellindo Blast Media Periode 2021	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4.1 Persentase Jumlah Kunjungan	55
Tabel 4.2 Persentase Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Persentase Usia	56
Tabel 4.4 Persentase Pekerjaan	56
Tabel 4.5 Persentase Pendapatan	57
Tabel 4.6 Analisis Deskripsi	58
Tabel 4.7 Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	60
Tabel 4.8 Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X2).....	61
Tabel 4.9 Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi (X3)	61
Tabel 4.10 Uji Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	62
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X1, X2,X3 dan Y	63
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.14 Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.15 Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.16 Analisis Determinasi (R^2)	71
Tabel 4.17 Uji Regresi Parsial (Uji-t)	72
Tabel 4.18 Uji Regresi Simultan (Uji-F).....	73

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Model Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
---	----