

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ALFAMART
BUKIT MELATI**

SKRIPSI



**Oleh:
Veerou Mandarini
180910175**

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA ALFAMART BUKIT MELATI**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Veerou Mandarini
180910175**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Veerou Mandarini
NPM : 180910175
Falkutas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ALFAMART BUKIT MELATI

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 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, 2 Agustus 2022



Veerou Mandarini

180910175

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA ALFAMART BUKIT MELATI**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Veerou Mandarini
180910175**

**Telah disetujui oleh Pembimbing Pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 2 Agustus 2022



**Tiurniari Purba, SE., M.M
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Perkembangan bisnis saat ini yang semakin pesat membuat perusahaan akan dihadapkan pada situasi persaingan yang sebenarnya dari *impact* modernisasi. Kompleksitas yang diakibatkan dari modernisasi ini, dapat memberikan dan menimbulkan masalah-masalah serius yang berkaitan dengan pemasaran. Kesuksesan dan tidaknya perusahaan akan sangat bergantung dengan strategi-strategi unggul dari perusahaan dibandingkan para pesaing dalam hal ini pemasaran. Modernisasi zaman saat ini juga berdampak kepada gaya hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka pada umumnya setiap perusahaan akan berusaha mengiklankan produknya dengan membuat spanduk, banner, baliho brosur dan yang lainnya. Namun dikarenakan zaman yang sudah semakin canggih maka perusahaan kini pun meningkatkan kualitas periklannya dengan menggunakan internet. Promosi periklanan melalui internet merupakan cara yang paling efektif dan efisien dalam menginformasikan kepada konsumen dikarenakan banyaknya populasi pengguna internet (Tiurniari Purba, 2020:766). Alfamart Bukit Melati adalah salah satu cabang Alfamart yang ada di kota Batam. Alfamart ini bergerak dibidang industri perdagangan dan distribusi berbagai macam produk yang dalam pengoperasian berbentuk mini market. Dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Bukit Melati. Populasi yang digunakan sebanyak 120 responden dan seluruhnya di jadikan sampel dengan teknik sampel jenuh. Untuk nilai koefisien reliabel pada setiap variabel lebih besar dari 0,60 adalah baik dan diterima, maka variabel yang digunakan pada indikator tersebut adalah handal atau reliabel. Hasil uji koefisiensi determinasi (R^2) menunjukkan bahawa sebesar 59,8 %, loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dan promosi. Sehingga 40,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Berdasarkan kriteria pengujian jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kualitas pelayanan (X_1), dan promosi (X_2) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Current business developments that are increasingly rapidly making companies will be faced with a real competitive situation from the impact of modernization. The complexity resulting from this modernization, can give rise to serious problems related to marketing. whether the company's products or not will be strongly supported by superior strategies from the company compared to competitors in terms of marketing. The modernization of today's era also has an impact on people's lifestyles in meeting their needs. So in general, every company will try to advertise products by making banners, banners, billboards, brochures and others. However, due to the increasingly sophisticated era, companies are now also improving the quality of their advertisements by using the internet. Promotion through the internet is the most effective and efficient way of conveying information to consumers because of the large population of internet users (Tiurniari Purba, 2020: 766). Alfamart Bukit Melati is one of the Alfamart branches in the city of Batam. Alfamart is engaged in the trading industry and distribution of various products which in operation are in the form of mini markets. This study aims to see how the influence of service quality and promotion on customer loyalty at Alamart Bukit Melati. The population used was 120 respondents and in all sample locations with a saturated sample technique. For the value of the reliable coefficient on each variable greater than 0.60 is good and accepted, then the variables used in these indicators are reliable or reliable. The results of the coefficient of determination test (R²) show that at 59.8%, customer loyalty is influenced by service quality and promotion. So that 40.2% is influenced by other factors not discussed in this article. Based on the criteria if $t_{count} > t_{table}$, then H_0 is rejected and H_a is accepted, which means service quality (X1), and promotion (X2) affect customer loyalty (Y).

Keywords: *Service Quality; Promotion; and Customer Loyal*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera 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 takkan 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 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 Kepala Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
4. Ibu Tiurniari Purba, SE., M.M selaku dosen pembimbing saya dalam penulisan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis.
6. Pimpinan dan Karyawan Alfamart Bukit Melati.
7. Bapak, Ibu, dan keluarga yang memberikan kasih sayang dan cinta yang tulus serta menjadi tempat curahan hati penulis, atas doa, nasihat, serta dukungan yang mereka berikan.
8. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Para responden atas partisipasi dan dukungannya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya.

Batam, 30 Mei 2022

Penulis

Veerou Mandarin



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang Masalah.....	15
1.2 Identifikasi Masalah	23
1.3 Batasan Masalah.....	23
1.4 Rumusan Masalah	24
1.5 Tujuan Penelitian	24
1.6 Manfaat Penelitian	25
1.6.1 Manfaat Teoritis	25
1.6.2 Manfaat Praktis	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1 Kajian Teori.....	27
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	27
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	27
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	30
2.1.2 Promosi.....	31
2.1.2.1 Pengertian Promosi.....	31
2.1.2.2 Bauran Promosi.....	32
2.1.2.3 Indikator Promosi	32
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	34

2.1.3.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	34
2.1.3.2	Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	35
2.1.3.3	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3	Kerangka Pemikiran	41
2.3.1	Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	42
2.3.2	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	42
2.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas pelaanggan	42
2.4	Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Jenis Penelitian.....	45
3.2	Sifat Penelitian	45
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	46
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	46
3.3.2	Periode Penelitian	46
3.4	Populasi dan Sampel	47
3.4.1	Populasi.....	47
3.4.2	Sampel.....	47
3.5	Sumber Data.....	48
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6.2	Alat Pengumpulan Data	49
3.7	Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	49
3.7.1	Variabel Independen	49
3.7.1.1	Kualitas Pelayanan.....	50
3.7.1.2	Promosi (X2).....	50
3.7.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	51
3.7.2.1	Loyalitas Pelanggan (Y)	51
3.8	Metode Analisis Data.....	53
3.8.1	Analisis Deskriptif	53
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	53
3.8.2.1	Uji Validitas	53
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	55

3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	55
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	56
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.8.4	Uji Pengaruh	57
3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	57
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi	58
3.9	Uji Hipotesis	58
3.9.1	Uji T	59
3.9.2	Uji F	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	62
4.2.1	Profil Responden.....	62
4.2.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.2.1.2	Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.2.1.3	Responden Berdasarkan Lama Pelanggan.....	64
4.2.1.4	Responden berdasarkan Pekerjaan	65
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	66
4.3.1	Variabel Kualitas Pelayanan.....	66
4.3.2	Variabel Promosi	67
4.3.3	Variabel Loyalitas Pelanggan.....	69
4.4	Analisis Data	70
4.4.1	Hasil Uji Validitas	70
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	73
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	74
4.4.3.1	Uji Normalitas	74
4.4.3.2	Uji Multikolinearitas	76
4.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.4.4	Hasil Uji Pengaruh.....	79
4.4.4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
4.4.4.2	Hasil Analisis Koefisien Determinasi R ²	81
4.5	Hasil Uji Hipotesis.....	81

4.5.1	Hasil Uji Parsial (Uji t)	81
4.5.2	Hasil Uji F (Anova)	82
4.6	Pembahasan	83
4.6.1	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	83
4.6.2	Pengaruh Variabel Promosi terhadap loyalitas pelanggan	84
4.6.3	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	85
4.7	Penerapan Hasil Riset.....	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Simpulan	86
5.2	Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4.1 Diagram Histogram	74
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot.....	75
Gambar 4.3 Diagram Scatterplot.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Kuisioner Alfamart.....	21
Tabel 1.2 Data Pendapatan Perbulan Periode Juli 2021-Desember 2021	22
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	52
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Lama Pelanggan	65
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Pekerjaan	65
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Kualitas Pelayanan	66
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Promosi	67
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Promosi (X_2).....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan(Y).....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	76
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas (Uji VIF)	77
Tabel 4.14 Uji Glejser	79
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	82
Tabel 4.18 Hasil Uji Serempak (Uji F)	83

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Koefisien Korelasi	54
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda.....	57
Rumus 3.3 Uji t	59
Rumus 3.4 Uji F	60