

**Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Dan Promosi  
Terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12  
Batam**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Febriana Valentin Manalu  
180910278**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**.Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Dan Promosi  
Terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12  
Batam**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Febriana Valentin Manalu  
180910278**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febriana Valentin Manalu  
NPM : 180910278  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "SKRIPSI" yang saya buat dengan judul:

### **Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam**

Adalah hasil karya 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 skripsi 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 2023

Yang menyatakan,



**Febriana Valentin Manalu**

**180910278**

**Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Dan Promosi  
Terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12  
Batam**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Febriana Valentin Manalu  
180910278**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini  
Batam, 27 Januari 2023**



**Nora Pitri Naingolan, S.E., M.Si.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Usaha retail dewasa ini sudah sangatlah menjamur di segala tempat, yang mengakibatkan ketatnya persaingan yang harus dihadapi, Toko Bangunan Harapan jaya merupakan salah satu usaha retail yang bergerak dalam usaha retail bangunan yang tidak terhindar dari persaingan ini, untuk itu Toko Bangunan Harapan Jaya harus menjaga loyalitas pelanggan dengan memperhatikan kualitas produk, daya tarik, dan promosi yang ada. Penelitian ini merupakan penelitian bersifat kuantitatif dengan populasi pembeli yang melakukan pembelian di Toko Bangunan Harapan Jaya yang sampelnya berjumlah 204 sampel dengan hasil menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki nilai sebesar 4.141 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.972, daya tarik Daya Tarik sebesar 3.009 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.972, dan promosi sebesar 5.196 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.972 yang menyimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial dan uji simultan menunjukkan hasil 113.130 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2.42 yang berkesimpulan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap beban pelanggan harapan jaya. Uji koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 62.4% dengan faktor-faktor lain sebesar 37.6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : daya tarik; kualitas produk; loyalitas pelanggan; promosi.

## ***ABSTRACT***

*Today's retail business has proliferated in all places, which has resulted in intense competition that must be faced. customers by paying attention to product quality, attractiveness, and existing promotions. This research is a quantitative research with a population of buyers who make purchases at the Harapan Jaya Building Store, a sample of 204 samples with the results showing that Product Quality has a value of 4,141 greater than the value of t table of 1,972, attractiveness of Attractiveness of 3,009 greater than the t table value is 1,972, and the promotion is 5,196 greater than the t table value of 1,972 which concludes that the independent variables have a partial effect and the simultaneous test shows the results of 113,130 are greater than the F table value of 2.42 which concludes that the independent variables simultaneously influence the burden hopeful customers. The coefficient of determination test also shows that the size of the independent variable can explain the dependent variable by 62.4% with other factors of 37.6% and the rest is influenced by other variables.*

*Keywords: attractiveness, customers loyalty, product quality, promotion*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan setinggi-tingginya pada Tuhan Yang Maha Esa atas pelimpahan karunia dan rahmat-Nya kepada penulis, yang atas berkatnya, penelitian ini dapat terselesaikan yang juga memiliki fungsi sebagai syarat akhir sebelum penyelesaian program pembelajaran strata 1 (S1) pada program studi Manajemen di Universitas Putra Batam

Penulis sepenuhnya sadar bahwa penelitian ini tidak akan luput dari kesalahan dan sangat terpaut dengan kesempurnaan. Penulis akan menerima kritik dan saran yang tentunya akan membangun penulis untuk dapat menghasilkan pembelajaran dan pengalaman yang sangat berharga khususnya dalam membangun penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putra Batam;
2. Bapak Dr. Michael J.Rorong. S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putra Batam;
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk selalu membimbing penulis;
5. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Universitas Putra Batam;
6. Bapak/Ibu penguji yang bersedia untuk menjadi penguji serta memberikan kritik dan saran yang membangun;

yang ikut terlibat dalam terbentuknya penelitian ini, permintaan maaf sedalam-dalamnya bagi pihak yang tidak bisa disebutkan, penulis hanya bisa berharap bahwa Tuhan yang maha pengasih sebagai pembalas dalam segala bentuk yang dirahmati-Nya

Batam, 24 Januari 2023

Febriana Valentin Manalu





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Batasan Masalah .....	8
1.4. Rumusan Masalah .....	9
1.5. Tujuan Penelitian .....	9
1.6. Manfaat Penelitian .....	10
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	10
1.6.2. Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kajian Teori .....	13
2.1.1. Kualitas Produk.....	13
2.1.2. Daya Tarik .....	18
2.1.3. Promosi .....	21
2.1.4. Loyalitas Pelanggan .....	26
2.2. Penelitian Terdahulu .....	30
2.3. Kerangka Pemikiran.....	33
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	33
2.3.2. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	33
2.3.3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	34
2.3.4. Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	34
2.4. Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian.....	38
3.2. Sifat Penelitian .....	38
3.3. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	38
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	38
3.3.2. Jadwal Penelitian .....	38
3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	39
3.4.1. Populasi.....	39

3.4.2.	Teknik Sampling.....	39
3.5.	Sumber Data.....	41
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.6.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43
3.7.1.	Variabel Bebas (Indenpenden).....	43
3.7.2.	Variabel Dependen.....	44
3.8.	Metode Analisis Data.....	46
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	47
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.8.4.	Uji Pengaruh .....	51
3.9.	Uji Hipotesis .....	52
3.9.1.	Uji T (Regresi Parsial) .....	52
3.9.2.	Uji Simultan (F).....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1.	Gambaran Umum Objek Peneitian .....	56
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	56
4.2.1.	Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2.	Karakteristik berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.2.3.	Karakteristik berdasarkan Umur .....	57
4.2.4.	Karakteristik berdasarkan pendapatan .....	58
4.2.5.	Karakteristik berdasarkan lama menjadi pelanggan .....	58
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	59
4.3.1.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	59
4.3.2.	Deskripsi Variabel Daya Tarik .....	60
4.3.3.	Deskripsi Variabel Promosi .....	61
4.3.4.	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	62
4.4.	Analisis Data.....	64
4.4.1.	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	64
4.4.2.	Uji Kualitas Data.....	65
4.4.3.	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.5.	Pengujian Hipotesis .....	71
4.5.1.	Analisis Linear Berganda.....	71
4.5.2.	Analisis Koefisien Determinasi .....	72
4.5.3.	Uji T 73	
4.5.4.	Uji F 73	
4.6.	Pembahasan.....	74
4.6.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....	74
4.6.2.	Pengaruh Daya Tarik terhadap Loyalitas Pelanggan .....	74
4.6.3.	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	75
4.6.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	75
4.7.	Implikasi Penelitian .....	76
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1.	Simpulan .....	79

5.2. Saran .....	79
------------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

Lampiran 1: Pendukung Penelitian

Lampiran 2: Riwayat Hidup

Lampiran 3: Surat Izin Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	35
<b>Gambar 4.1</b> Grafik Histogram .....	68
<b>Gambar 4.2</b> Normal p-plot .....	69
<b>Gambar 4.4</b> Normal Scatterplot.....	71

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Frekuensi Return Barang Pada Harapan Jaya Dapur 12 Batam 2022 ....	4
<b>Tabel 1.2</b> Frekuensi Pembelian Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam 2022 .	7
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	35
<b>Rumus 3.1</b> Rumus Slovin.....	40
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likter .....	43
<b>Tabel 3.3</b> Variabel Operasional.....	45
<b>Tabel 3.4</b> Rentang Skala.....	47
<b>Tabel 4.1</b> Responden berdasarkan jenis kelamin .....	56
<b>Tabel 4.2</b> Responden berdasarkan Pekerjaan .....	57
<b>Tabel 4.3</b> Responden berdasarkan Umur .....	57
<b>Tabel 4.4</b> Responden berdasarkan Pendapatan .....	58
<b>Tabel 4.5</b> Responden berdasarkan lama menjadi pelanggan.....	58
<b>Tabel 4.6</b> Deskripsi variabel Kualitas Produk.....	59
<b>Tabel 4.7</b> Deskripsi variabel Daya Tarik.....	60
<b>Tabel 4.8</b> Deskripsi variabel Promosi .....	61
<b>Tabel 4.9</b> Deskripsi variabel Loyalitas Pelanggan .....	62
<b>Tabel 4.10</b> Hasil uji analisis deskriptif.....	64
<b>Tabel 4.11</b> Validitas variabel Kualitas Produk.....	65
<b>Tabel 4.12</b> Validitas variabel Daya Tarik.....	65
<b>Tabel 4.13</b> Validitas variabel Promosi .....	66
<b>Tabel 4.14</b> Validitas variabel Loyalitas Pelanggan .....	67
<b>Tabel 4.15</b> Uji reliabilitas .....	67
<b>Tabel 4.16</b> Hasil uji Kolmogorov-Smirnov.....	69
<b>Tabel 4.17</b> Hasil uji Multikolinearitas.....	70
<b>Tabel 4.18</b> Hasil uji Analisis Linear Berganda .....	71
<b>Tabel 4.19</b> Hasil uji Koefisien Determinan.....	72
<b>Tabel 4.20</b> Hasil uji t.....	73
<b>Tabel 4.21</b> Hasil uji F.....	73

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rumus Slovin.....	40
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	46
<b>Rumus 3.3</b> Rumus Uji Validitas.....	48
<b>Rumus 3.4.</b> Regresi linier Berganda.....	51