

**PENGARUH PROMOSI, SALURAN
DISTRIBUSI DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA
PT TIGA BENUA**

SKRIPSI



Oleh :
HENDRO
140910085

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH PROMOSI, SALURAN
DISTRIBUSI DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA
PT TIGA BENUA**

SKRIPSI

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



**Oleh :
HENDRO
140910085**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : HENDRO
NPM/NIP : 140910085
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Program Studi : MANAJEMEN

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul:

**“PENGARUH PROMOSI, SALURAN DISTRIBUSI DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT TIGA BENUA”**

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 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, 31 Januari 2018

HENDRO
140910085

**PENGARUH PROMOSI, SALURAN
DISTRIBUSI DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA
PT TIGA BENUA**

SKRIPSI

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

**Oleh :
HENDRO
140910085**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini
Batam, 31 Juli 2018**

Hikmah , S.E., M.Si.

ABSTRAK

Persaingan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini berdampak pada persaingan dunia usaha yang semakin meningkat, baik perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi, industri maupun jasa. Karena saat ini konsumen memiliki berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Persoalan yang dihadapi oleh pengusaha sekarang ini tidak hanya bagaimana usahanya untuk meningkatkan volume penjualan, tapi yang lebih penting adalah bagaimana cara membangun loyalitas konsumen melalui promosi, saluran distribusi dan citra merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara promosi, saluran distribusi dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada PT Tiga Benua. Pada penelitian ini, penulis melakukan pengujian pada PT Tiga Benua dengan responden sebanyak 142 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik penarikan Sampling jenuh. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisita dan uji pengaruh yaitu regresi linear berganda, uji t dan uji f. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi, saluran distribusi dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen di PT Tiga Benua. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen atau dapat dikatakan bahwa variabel promosi, saluran distribusi dan citra merek ada mampu menjelaskan loyalitas konsumen di PT Tiga Benua.

Kata Kunci : Promosi, Saluran Distribusi, Citra Merek, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Competition of science and technology currently affects the increasingly competitive bussiness world, both companies engaged in the distribution, industry and services. Because now consumers have a wide selection of good services that they can buy. The problem faced by entrepreneurs today is not just how it works to increase sales volume, but more important is how to build consumer loyalty through promotion, distribution channel and brand image. This study aims to determine the effect of promotion, distribution channel and brand image to customer loyalty on PT Tiga Benua. In this study, the authors conducted tests on PT Tiga Benua with the respondents as many as 142 people. Sampling technique in this research is done by withdrawal technique sampling saturated. The data analysis technique used were tested instrument validity and instrument reliability test, classical assumption test in the form of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test. Test influence in the form of multiple linear regression analysis model and hypothesis test in the form of t test and test f. The result of T test shows that partially promotion variable, distribution channel and brand image significantly influence to consumer loyalty at PT Tiga Benua. The results of F test together have significant effect on consumer loyalty or it can be said that promotional variable, distribution channel and brand image are able to explain customer loyalty at PT Tiga Benua.

Keyword : *Promotion, Distribution channel, Brand image, Customer loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada 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 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 Suhardianto, S.Hum.,M.Pd. 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. Ibu Hikmah, S.E., M.Si.selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Seluruh Pihak Administrasi dan Staff Perpustakaan Universitas Putera Batam.
7. Bapak Rony selaku Manajer di PT Tiga Benua
8. Orang Tua dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 31 Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1. Manfaat Teoritis	8
1.6.2. Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar.....	10
2.1.1. Promosi.....	10
2.1.1.1. Definisi Promosi	10
2.1.1.2. Tujuan Promosi	11
2.1.1.3. Metode dalam Promosi	13
2.1.1.4. Indikator Promosi.....	14
2.1.2. Saluran Distribusi	16
2.1.2.1. Definisi Saluran Distribusi.....	17
2.1.2.2. Fungsi-Fungsi Saluran Distribusi.....	18
2.1.2.3. Strategi Distribusi	22
2.1.2.4. Faktor-Faktor yang Menentukan Saluran Distribusi.....	24
2.1.3. Citra Merek	29
2.1.3.1. Definisi Citra Merek	29
2.1.3.2. Tujuan Pemberian Merek.....	29
2.1.3.3. Karakteristik merek.....	30
2.1.3.4. Faktor-Faktor yang Menjadi Pembentuk Citra Merek.....	30
2.1.3.5. Indikator citra merek	31
2.1.4. Loyalitas konsumen.....	31
2.1.4.1. Definisi Loyalitas Konsumen.....	32
2.1.4.2. Tahapan Loyalitas konsumen.....	32

2.1.4.3 Karakteristik Loyalitas Konsumen	34
2.1.4.4.Indikator Loyalitas Konsumen	34
2.2. Penelitian Terdahulu	34
2.3. Kerangka Pemikiran	36
2.4. Hipotesis Penelitian.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	39
3.2. Operasional Variabel.....	39
3.2.1. Variabel Independen (Bebas)	39
3.3. Populasi dan Sampel	43
3.3.1. Populasi	43
3.3.2. Sampel.....	43
3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	43
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.2. Alat Pengumpulan Data	44
3.5. Metode Analisis Data	44
3.5.4. Uji Pengaruh.....	53
3.5.4.2.Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
3.5.5. Pengujian Hipotesis.....	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	58
4.1.1. Profil Responden.....	58
4.1.1.1.Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.1.2.Profil Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.1.3.Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
4.1.2. Analisis Deskriptif.....	60
4.1.3. Uji Kualitas Data	64
4.1.3.1.Hasil Uji Validitas.....	64
4.1.3.2.Hasil Uji Reliabilitas	67
4.1.4. Uji Asumsi Klasik.....	68
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas	68
4.1.4.2.Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
4.1.4.3.Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
4.1.5. Uji Pengaruh.....	73
4.1.5.1.Hasil Analisis Linear Berganda	73
4.1.5.2.Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.1.6. Uji Hipotesis.....	76
4.1.6.1.Hasil Uji T.....	76
4.1.6.2.Hasil Uji F	78
4.2. Pembahasan	79

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	82
5.2. Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA	84
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

Lampiran I Pendukung Penelitian

Lampiran II Daftar Riwayat Hidup

Lampiran III Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4 1 <i>Histogram Regression Residual</i>	69
Gambar 4 2 <i>Diagram Normal P-P Plot Regression Standardized</i>	69
Gambar 4 3 <i>Diagram Regression Standardized Residual Scatterplot</i>	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Perusahaan PT Tiga Benua	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 Skala Likert	45
Tabel 3.3 Validitas	49
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas.....	51
Tabel 3.5 Jadwal Kegiatan Penelitian	57
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4. 4 Rentang Skala	60
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskripsi Variabel X_1	61
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel X_2	62
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel X_3	63
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Y	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Promosi	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Saluran Distribusi.....	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Citra Merek	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas loyalitas konsumen.....	67
Tabel 4. 13 Indeks Koefisien Reliabilitas	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 15 <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas – Park Gleyser	72
Tabel 4. 18 Hasil Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4. 19 Hasil Uji T.....	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	78
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.2 Rentang Skala	46
Rumus 3.3 Koefisiensi Korelasi Product Moment.....	48
Rumus 3.4 Metode Cronbach.....	50
Rumus 3.5 Uji Normalitas	52
Rumus 3.6 Analisis Regresi Berganda.....	53
Rumus 3.7 Koefisien Determinasi	54
Rumus 3.8 Uji t	55
Rumus 3.9 Uji F	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Pendukung Penelitian
Lampiran II	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran III	Surat Keterangan Penelitian