

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT
CITRA MANDIRI DISTRIBUSINDO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Suryanto
140910026**

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

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT
CITRA MANDIRI DISTRIBUSINDO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Suryanto
140910026**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Suryanto
NPM/NIP : 140910026
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Progam Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT Citra Mandiri Distribusindo Di Kota 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 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 Februari 2018

Suryanto
140910026

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT
CITRA MANDIRI DISTRIBUSINDO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Suryanto
140910026**

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

Batam, 02 Februari 2018

**Heryenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Pada bisnis saat ini, persaingan di dunia bisnis ini bertambah ketat. Perusahaan harus mampu berusaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan para pelanggan, maka mereka akan memberikan masukan kepada perusahaan untuk mendesain strategi pemasaran agar bisa menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Indikator pada variabel kepuasan konsumen adalah kepuasan produk dan harga, struktur pasar/kepuasan kerja, kepuasan sebelum penjual, dan kepuasan sesudah penjual. Indikator pada promosi adalah potongan harga, pemberian sampel produk, iklan, media cetak, elektronik, dan brosur. Indikator pada loyalitas konsumen adalah pembelian ulang, kebiasaan mengonsumsi merek, rasa suka yang besar pada merek, ketetapan pada merek, keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik, dan perekomendasi merek kepada orang lain. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 208 responden dan sampel penelitian ini sebanyak 137 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dengan menggunakan rumus slovin. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola dan menganalisis data penelitian ini adalah SPSS versi 20. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolineritas, uji heterokodastisitas. Uji pengaruh menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Berdasarkan hasil uji statistik diketahui variabel kepuasan konsumen dan promosi merupakan data berdistribusi normal, variabel bebas tidak terjadi multikolineritas dan heterokodastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel loyalitas konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan konsumen dan promosi. Pengujian hipotesis menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu kepuasan konsumen (X_1) dan promosi (X_2) secara parsial dan signifikan mempengaruhi variabel loyalitas konsumen (Y). Pengujian menggunakan uji f yang menunjukkan bahwa secara simultan kepuasan konsumen dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Promosi, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

In today's business, the competition in the business world is getting tighter. Companies must be able to strive to understand the needs and wants of its customers. By understanding the needs and wants of the customers, they will provide input to the company to design marketing strategies in order to create satisfaction for its customers. Indicator on variable of consumer satisfaction is product and price satisfaction, market structure / job satisfaction, satisfaction before seller, and satisfaction after seller. Indicators on promotions are discounts, product sampling, advertising, print media, electronics, and brochures. Indicators in consumer loyalty are repeat purchase, brand feeding habits, brand likes, brand stakes, beliefs that the best brands are brand, and brand recommendations to others. The population in this research is as many as 208 repsonden and the sample of this study as many as 137 respondents. Data collection was done by distributing questionnaires. The sampling technique used is Purposive Sampling, using slovin formula. The software used to manage and analyze this research data is SPSS version 20. Data analysis used is classical assumption test consist of normality test, multicollinearity test, heterokodasticity test. Test of influence using multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis (R²). Hypothesis testing using t test and test f. Pursuant to result of statistic test known variable of consumer satisfaction and promotion is normal distributed data, independent variable does not occur multikolineritas and heterokodastisitas. The results showed that consumer satisfaction and promotion have a significant effect on consumer loyalty. Based on the coefficient of determination indicate that consumer loyalty variable (Y) can be explained by variable of consumer satisfaction and promotion. Hypothesis testing using t test show that both indenpendent variables consumer satisfaction (X1) and promotion (X2) in patial and significant influence consumer loyalty variable (Y). Testing using f test shows that simultaneously consumer satisfaction and promotion have a significant effect on consumer loyalty.

Keywords: Consumer Satisfaction, Promotion, Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur 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 Bisnis 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 laporan tugas akhir 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. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
3. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam yang dengan tulus hati telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, petunjuk, perhatian dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama kuliah di Universitas Putera Batam.
5. Bapak Amat, selaku Direktur di perusahaan PT Citra Mandiri Distribusindo, yang telah membantu penulis dalam pengambilan data sekunder.
6. Kedua orang tua dan semua saudara-saudara penulis atas dukungan baik moril maupun material serta doa yang selalu menyertai penulis.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan terutama mahasiswa jurusan manajemen bisnis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan serta dalam masa penyusunan skripsi ini.
8. Para responden atas partisipasi dan dukungannya.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

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

Batam, 2 Februari 2018

Suryanto

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Perumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Konsep Teoritis.....	10
2.1.1. Kepuasan Konsumen	10
2.1.1.1. Definisi Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.1.2. Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	15
2.1.1.3. Indikator Kepuasan Konsumen	16
2.1.2. Definisi Promosi	17
2.1.2.1. Faktor-Faktor Promosi	21
2.1.2.2. Indikator Promosi.....	24
2.1.3. Definisi Loyalitas Konsumen	25
2.1.3.1. Faktor-Faktor Loyalitas Konsumen	30
2.1.3.2. Indikator Loyalitas Konsumen	31
2.2. Penelitian Terdahulu.....	31
2.3. Kerangka Pemikiran	34
2.4. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Desain Penelitian	36
3.2. Operasional Variabel	36
3.2.1. Variabel Independen.....	37

3.2.2. Variabel Dependen	37
3.3. Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data	39
3.5. Metode Analisis Data	39
3.5.1. Analisis Deskriptif	40
3.5.2. Uji Kualitas Data	41
3.5.2.1. Uji Validitas	41
3.5.2.2. Uji Reliabilitas	43
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	44
3.5.3.1. Uji Normalitas	45
3.5.3.2. Uji Kolmogrov-Smirnov	46
3.5.3.3. Uji Multikolonieritas	46
3.5.3.4. Uji Heteroskedastisitas	46
3.5.4. Uji Pengaruh	47
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.5.4.2. Uji R Square (R^2)	48
3.5.5. Uji Hipotesis	49
3.5.5.1. Uji t (secara parsial)	49
3.5.5.2. Uji F (secara simultan)	50
3.6. Lokasi dan jadwal Penelitian	51
3.6.1. Lokasi Penelitian	51
3.6.2. Jadwal Penelitian	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Hasil Penelitian.....	53
4.1.1. Profil Responden	53
4.1.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.1.3. Profil Responden Berdasarkan Pengalaman Bekerja	55
4.1.2. Analisis Deskriptif	56
4.1.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (X1)	56
4.1.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2).....	60
4.1.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	63
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data.....	66
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas Data	67
4.1.3.1.1. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (X1).....	67
4.1.3.1.2. Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	68
4.1.3.1.3. Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	69
4.1.3.2. Hasil Uji Reabilitas Data.....	70
4.1.3.2.1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (X1).....	70
4.1.3.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2)	70

4.1.3.2.3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	71
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	72
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas	72
4.1.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas	74
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
4.1.5. Hasil Uji Pengaruh	76
4.1.5.1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
4.1.5.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)	77
4.1.6. Uji Hipotesis	78
4.1.6.1. Hasil Uji F	78
4.1.6.2. Hasil Uji t	79
4.2. Pemahasan	80
4.2.1. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	80
4.2.2. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	81
4.2.3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
 DAFTAR LAMPIRAN	
LAMPIRAN 1. Daftar Riwayat Hidup	
LAMPIRAN 2. Surat Keterangan Penelitian	
LAMPIRAN 3. Surat Persetujuan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3.1 <i>Bell Shaped Curve</i>	45
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram.....	72
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Kepuasan Konsumen	3
Tabel 1.2 Data Promosi	4
Tabel 1.3 Data Loyalitas Konsumen	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	44
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif	52
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas	44
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian	52
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pengalaman Berkerja	52
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskriptif	56
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Konsumen	57
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi	60
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas Konsumen	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (X1)	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Promosi (X2)	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y)	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (X1)	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X2)	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen (Y)	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77
Tabel 4.19 Hasil Uji F	78
Tabel 4.20 Hasil Uji t	79

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	38
Rumus 3.2 Rumus <i>Person Product Moment</i>	42
Rumus 3.3 Koefisien Reliabilitas <i>Alfa Cronback</i>	43
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	48
Rumus 3.5 Rumus Uji t.....	49
Rumus 3.6 Rumus Uji F.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran I Penelitian Terdahulu	
Lampiran II Kuesioner	
Lampiran III Hasil Kuesioner	
Lampiran IV Hasil Uji Data SPSS	
Lampiran V Tabel r	
Lampiran VI Tabel t	
Lampiran VII Tabel F	