

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT MEGA BUANA INDAH**

SKRIPSI



**Oleh
Sugianto
190910042**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT MEGA BUANA INDAH**

SKRIPSI

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



**Oleh
Sugianto
190910042**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sugianto
NPM : 190910042
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “SKRIPSI”. Yang saya buat dengan judul

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT MEGA BUANA INDAH

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah proposal 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 proposal ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah proposal ini digugurkan dan proposal 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 Juli 2023



Sugianto

190910042

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT MEGA BUANA INDAH**

SKRIPSI

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

**Oleh
Sugianto
190910042**

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

Batam, 24 Juli 2023



David Humala Sitorus, S.E., M.M

Pembimbing



ABSTRAK

Pertumbuhan dunia yang semakin canggih ini menimbulkan banyaknya persaingan terutama pada bisnis ritel. Saat ini banyak perusahaan bisnis ritel yang saling berlomba untuk dapat menguasai pasar dengan berbagai cara supaya dapat mempertahankan konsumen mereka. Pada dasarnya persaingan yang semakin banyak akan semakin banyak juga pilihan untuk konsumen dalam menentukan produk mana yang sesuai dengan harapan mereka. Dengan menjaga kualitas pada produk serta memberikan berbagai penawaran yang menarik dapat mengubah pandangan konsumen sehingga loyalitas konsumen juga akan terbentuk. Konsumen juga menjadi semakin selektif dan pintar dalam memilih suatu produk berdasarkan manfaat dan kegunaan yang sudah mereka cari dari produk tersebut. Perusahaan akan dikatakan sukses apabila perusahaan dapat mempertahankan pelanggan supaya tetap loyal terhadap produk perusahaan. Konsumen akan bersikap loyal kepada perusahaan apabila produk dan layanan yang perusahaan berikan sesuai dengan harapan mereka. Selain kualitas produk, promosi juga termasuk pada bagian yang dapat membentuk loyalitas pada pelanggan. Promosi termasuk alat yang digunakan untuk memperkenalkan produk yang perusahaan miliki kepada masyarakat sehingga masyarakat menjadi lebih mengenal produk yang perusahaan tawarkan. Dengan begitu adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, promosi dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Mega Buana Indah. Yang mana jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan sifat penelitian replikasi. Dan teknik sampling yang digunakan ialah non-probability sampling yang mana jumlah sampel sama dengan jumlah populasi yaitu sebanyak 107 orang. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa kualitas produk, promosi dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan sebanyak 45,6% terhadap loyalitas pelanggan pada PT Mega Buana Indah.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This increasingly sophisticated world growth has created a lot of competition, especially in the retail business. Currently, many retail business companies are competing with each other to be able to dominate the market in various ways in order to retain their consumers. Basically, the more competition, the more choices there will be for consumers in determining which products meet their expectations. By maintaining product quality and providing various attractive offers, it can change consumer views so that consumer loyalty will also be formed. Consumers are also becoming more selective and smarter in choosing a product based on the benefits and uses they have been looking for from the product. The company will be said to be successful if the company can retain customers so that they remain loyal to the company's products. Consumers will be loyal to the company if the products and services that the company provides meet their expectations. In addition to product quality, promotions are also included in the sections that can form customer loyalty. Promotion includes tools used to introduce the products the company has to the public so that people become more familiar with the products the company offers. That way, the purpose of this study is to find out the influence between product quality, promotion and satisfaction on customer loyalty at PT Mega Buana Indah. Which type of research is a descriptive qualitative research with the nature of replication research. And the sampling technique used is non-probability sampling in which the number of samples is the same as the total population of 107 people. The results of the study prove that product quality, promotion and satisfaction have a positive and significant effect of 45.6% on customer loyalty at PT Mega Buana Indah.

Keywords: Product Quality, Promotion, Satisfaction, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala 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 proposal 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 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 Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak David Humala Sitorus S.E., M.M., selaku pembimbing Skripsi penulis di Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan staff Universitas Putera Batam.
6. Seluruh pihak manajemen dan staff PT Mega Buana Indah.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Batam, 24 Juli 2023



Sugianto



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat penelitian	11
1.6.1 Manfaat Teoristis	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Kualitas Produk	12
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.1.2 Dimensi dalam Mengukur Kualitas Produk	13
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Kualitas Produk	14
2.1.1.4 Indikator-indikator Kualitas Produk	14
2.1.2 Promosi	15
2.1.2.1 Pengertian Promosi	15
2.1.2.2 Tujuan Promosi	17
2.1.2.3 Jenis-jenis Promosi	17
2.1.2.4 Indikator-indikator Promosi	18
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	19
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	19
2.1.3.2 Aspek Kepuasan Pelanggan	21
2.1.3.3 Faktor Penentuan Kepuasan Pelanggan	21
2.1.3.4 Indikator-indikator Kepuasan Pelanggan	22
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	23
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	23
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan	24
2.1.4.3 Karakteristik dari Loyalitas Pelanggan	24
2.1.4.4 Indikator-indikator Loyalitas Pelanggan	25

2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Kerangka Pemikiran	28
2.3.1	Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3.2	Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.3.3	Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.3.4	Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.4	Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Sifat Penelitian	32
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	33
3.3.1	Lokasi Penelitian	33
3.3.2	Periode Penelitian	33
3.4	Populasi dan Sampel	34
3.4.1	Populasi	34
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	34
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	34
3.5	Sumber Data	35
3.5.1	Sumber Data Primer	35
3.5.2	Sumber Data Sekunder	35
3.6	Metode Pengumpulan Data	35
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
3.7.1	Variabel Independen	36
3.7.2	Variabel Dependen	36
3.8	Metode Analisis Data	38
3.8.1	Analisis Deskriptif	38
3.8.2	Uji Kualitas Data	39
3.8.2.1	Uji Validitas	39
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	39
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	40
3.8.3.1	Uji Normalitas	40
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	40
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	40
3.8.4	Uji Pengaruh	41
3.8.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	41
3.8.4.2	Uji Koefisien Determinasi (<i>R</i> ²)	41
3.8.5	Uji Hipotesis	42
3.8.5.1	Uji T	42
3.8.5.2	Uji F	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya PT Mega Buana Indah	43
4.1.2	Logo Perusahaan	43
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	44
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	44
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	46
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	47
4.3.1	Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)	47
4.3.2	Deskriptif Jawaban Responden Variabel Promosi (X2)	49
4.3.3	Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kepuasan (X3)	51
4.3.4	Deskriptif Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	52
4.4	Analisis Data	53
4.4.1	Hasil Uji Validitas	53
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	55
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.4.3.1	Hasil Uji Normalitas	55
4.4.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas	57
4.4.3.3	Hasil Uji Heterokedasitas	58
4.4.4	Hasil Uji Pengaruh	59
4.4.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.4.4.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.5	Uji Hipotesis	61
4.5.1	Hasil Uji T	61
4.5.2	Hasil Uji F	62
4.6	Pembahasan	63
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	63
4.6.2	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	63
4.6.3	Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	64
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	64
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	65
4.7.1	Implikasi Teoritis	65
4.7.2	Implikasi Praktis	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	66
5.2	Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Logo PT Mega Buana Indah.....	43
Gambar 4.2 Diagram Histogram	56
Gambar 4.3 Diagram Normal P-P Plot.....	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Total Retur Penjualan Produk PT Mega Buana Indah Selama Bulan Juli – Desember 2022	5
Tabel 1.2 Jenis Promosi PT Mega Buana Indah	6
Tabel 1.3 Data Penjualan Produk (Pcs) PT Mega Buana Indah Selama Bulan Juli – Desember 2022.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	37
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	46
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	47
Tabel 4.6 Hasil Skor Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X1).....	48
Tabel 4.7 Hasil Skor Pernyataan Variabel Promosi (X2)	49
Tabel 4.8 Hasil Skor Pernyataan Variabel Kepuasan (X3).....	51
Tabel 4.9 Hasil Skor Pernyataan Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedasitas.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji F	62

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rentang Skala	38
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda.....	41