

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOYALITAS,
DAN PROMOSI TERHADAP DAYA TARIK
PELANGGAN SURGAMI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Riska Rotua R Hutapea
180910443**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOYALITAS,
DAN PROMOSI TERHADAP DAYA TARIK
PELANGGAN SURGAMI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Riska Rotua R Hutapea
180910443**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riska Rotua R Hutapea
NPM : 180910443
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**SKRIPSI**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOYALITAS, DAN PROMOSI TERHADAP DAYA TARIK PELANGGAN SURGAMI DI KOTA BATAM

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, 24 Januari 2024

Yang menyatakan,



Riska Rotua R Hutapea
180910443

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOYALITAS, DAN
PROMOSI TERHADAP DAYA TARIK PELANGGAN
SURGAMI DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Riska Rotua R Hutapea
180910443**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini
Batam, 24 Januari 2024**



**Dr. Sunarto Wage., S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena adanya usaha yang sedang viral di kalangan masyarakat terkhusus dikalangan anak muda saat ini. Usaha ini bergerak dibidang kuliner. Surgami merupakan usaha pertama di Indonesia yang menyajikan 200 varian mie dengan konsep self service yang terletak di kota Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, loyalitas, dan promosi terhadap daya tarik pelanggan surgami di kota Batam yang dimana masih kurang nya promosi dibidang media sosial yang mengakibatkan kurangnya pemasaran terhadap konsumen yang lain begitu juga agar lebih meningkatkan kualitas sutu produk beserta dengan pelayanan dengan disertai daya tarik yang lain seperti contoh lebih memunculkan merek-merek setiap manca negara yang lebih luas dan lebih banyak lagi. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisisioner secara acak dengan menggunakan sampel sebanyak 224 konsumen , surgami dengan variabel adalah Kualitas produk (X1), Loyalitas (X2), Promosi (X3), dan Daya Tarik (Y). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk parsial berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Pelanggan Surgami di kota Batam dan Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Pelanggan Surgami di kota Batam cegitu juga dengan Promosi berpengaruh secara simultan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Pelanggan Surgami di kota Batam.

Kata kunci: Kualitas Produk, Loyalitas, Promosi, Daya Tarik

ABSTRACT

This research was conducted because there is a business that is currently viral among society, especially among young people today. This business operates in the culinary sector. Surgami is the first business in Indonesia to serve 200 noodle variants with a self-service concept located in the city of Batam. This research aims to find out how product quality, loyalty and promotion influence the attractiveness of paradise customers in the city of Batam where there is still a lack of promotion in the field of social media which results in a lack of marketing to other consumers as well as to further improve the quality of a product and its service. accompanied by other attractions such as examples that make brands appear in a wider and wider range of countries. This research collected data using quantitative methods by distributing questionnaires randomly using a sample of 224 consumers, with the variables being product quality (X1), Loyalty (X2), Promotion (X3), and Attractiveness (Y). The research results show that partial product quality has a significant effect on the attractiveness of Surgami customers in the city of Batam and Loyalty has a significant influence on the attractiveness of Surgami customers in the city of Batam. Likewise, promotion simultaneously has a positive and significant impact on the attractiveness of Surgami customers in the city of Batam.

Keywords: Product Quality, Loyalty, Promotion, Attractiveness

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOYALITAS, DAN PROMOSI TERHADAP DAYA TARIK PELANGGAN SURGAMI DI KOTA BATAM” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Akuntansi 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. Dr. Nur Elfi Husda, S.kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael J.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 Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Bapak Dr. Sunarto Wage., 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 Putera Batam.
6. Bapak/Ibu penguji yang bersedia untuk menjadi penguji serta memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Masyarakat yang sudah bersedia berpartisipasi sebagai responden;

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan berkat serta rahmat-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini

Batam, 24 Januari 2024



Riska Rotua R Hutapea



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Manfaat Teoritis	10
1.6.2. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori	13
2.1.1. Kualitas Produk.....	13
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.1.2. Dimensi Kualitas Produk	14
2.1.1.3. Indikator Kualitas Produk	17
2.1.2. Loyalitas Merek	17
2.1.2.1. Pengertian Loyalitas Merek	17
2.1.2.2. Kategori Loyalitas	18
2.1.2.3. Tingkatan Loyalitas.....	19
2.1.2.4. Tahapan Loyalitas Merek.....	19
2.1.2.5. Fungsi Loyalitas Merek.....	20
2.1.2.6. Indikator Loyalitas Merek	21
2.1.3. Promosi	21
2.1.3.1. Pengertian Promosi	21
2.1.3.2. Tujuan Promosi	22
2.1.3.3. Jenis-jenis promosi penjualan	23
2.1.3.4. Indikator promosi.....	24
2.1.4. Daya Tarik Pelanggan.....	26
2.1.4.1. Pengertian Daya Tarik.....	26

2.1.4.2.	Karakteristik Daya Tarik	26
2.1.4.3.	Indikator Daya Tarik	27
2.2.	Penelitian Terdahulu	27
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	38
2.3.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Daya Tarik Pelanggan	39
2.3.2.	Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Daya Tarik Pelanggan.....	39
2.3.3.	Pengaruh Promosi Terhadap Daya Tarik Pelanggan.....	40
2.3.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Loyalitas Merek Dan Promosi Terhadap Daya Tarik Pelanggan	40
2.4.	Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Jenis Penelitian.....	44
3.2.	Sifat Penelitian	45
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian.....	45
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	45
3.3.2.	Periode Penelitian	46
3.4.	Populasi Dan Sampel Penelitian	46
3.4.1.	Populasi.....	46
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	47
3.5.	Sumber Data.....	48
3.6.	Metode Pengumpulan Data	49
3.6.1.	Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.2.	Alat Pengumpulan Data	50
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	50
3.7.1.	Variabel Bebas (Independen).....	51
3.7.1.1.	Kualitas Produk.....	51
3.7.1.2.	Loyalitas Merek	51
3.7.1.3.	Promosi	52
3.7.2.	Variabel Dependen.....	52
3.7.2.1.	Daya Tarik Pelanggan	53
3.8.	Metode Analisis Data	54
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif	55
3.8.2.	Uji Kualitas Data	56
3.8.2.1.	Uji Validitas	56
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas Data.....	57
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik	59
3.8.3.1.	Uji Normalitas	59
3.8.3.2.	Uji Multikolinearitas	60
3.8.3.3.	Uji Heterokedastisitas	60
3.8.4.	Uji Pengaruh.....	61
3.8.4.1.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
3.8.4.2.	Uji Koefisien Determinasi.....	62
3.9.	Uji Hipotesis	63
3.9.1.	Uji t (Regresi Parsial).....	63

3.9.2.	Uji Simultan (F)	64
--------	------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	67
4.2.1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2.	Karakteristik Berdasarkan Usia	67
4.2.3.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.4.	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan	68
4.2.5.	Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Responden.....	69
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	70
4.3.1.	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	70
4.3.2.	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas (X2).....	71
4.3.3.	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3)	72
4.3.4.	Analisis Deskriptif Variabel Daya Tarik (Y)	74
4.4.	Analisis Data	75
4.4.1.	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	75
4.4.2.	Uji Kualitas Data.....	76
4.4.2.1.	Uji Validasi	76
4.4.2.2.	Uji Reliabilitas	80
4.4.3.	Uji Asumsi Klasik	81
4.4.3.1.	Uji Normalitas.....	81
4.4.3.2.	Uji Multikolinearitas	83
4.4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.4.4.	Uji Pengaruh.....	86
4.4.4.1.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
4.4.4.2.	Uji Koefisien Determinasi.....	87
4.5.	Uji Hipotesis.....	88
4.5.1.	Uji t	88
4.5.2.	Uji F	89
4.6.	Pembahasan.....	89
4.6.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Daya Tarik di Surgami.....	90
4.6.2.	Pengaruh Loyalitas Terhadap Daya Tarik di Surgami.....	90
4.6.3.	Pengaruh Promosi Terhadap Daya Tarik di Surgami	91
4.7.	Implikasi Hasil Penelitian	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	96
5.2.	Saran	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Data Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Kerangka Pikiran	41
Gambar 4.1 Uji Normalitas Data Histogram	81
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data Diagram.....	82
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Scatterplot</i>	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	46
Tabel 3.2 Skala Likert	50
Tabel 3.3 Variabel Operasional	53
Tabel 3.4 Rentang Skala	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	68
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	69
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1).....	70
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Loyalitas (X2).....	71
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Promosi (X3).....	73
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Daya Tarik (Y)	74
Tabel 4.10 Hasil uji analisis deskriptif.....	75
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk (X1)	77
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Loyalitas (X2)	77
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas Promosi(X3).....	78
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas Daya Tarik(Y).....	79
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	80
Tabel 4.17 Uji Kolmogorov Smirnov	83
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4.19 Hasil uji Heterokedastisitas.....	85
Tabel 4.20 Uji Analisis Linear Berganda	86
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
Tabel 4.22 Hasil Uji t.....	88
Tabel 4.23 Hasil uji F	89

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	47
Rumus 3.2 Rentang skala.....	55
Rumus 3.3 Rumus Uji Validitas.....	57
Rumus 3.4 Uji reliabilitas data.....	58
Rumus 3.5. Regresi linier Berganda.....	61
Rumus 3.6. Koefisien Determinasi.....	62