

**PENGARUH KUALITAS PRODUK
PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT CITRA
MANDIRI DISTRIBUSINDO**

SKRIPSI



**Oleh:
Rudyanto
170910131**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK
PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT CITRA
MANDIRI DISTRIBUSINDO**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Rudyanto
170910131**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rudyanto
NPM : 170910131
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

**"PENGARUH KUALITAS PRODUK PROMOSI DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT CITRA MANDIRI
DISTRIBUSINDO"**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" 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, 29 Januari 2021



Rudyanto

170910131

**PENGARUH KUALITAS PRODUK
PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT CITRA
MANDIRI DISTRIBUSINDO**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Rudyanto
170910131**

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

Batam, 29 Januari 2021



**Winda Evyanto, S.S., M.MPd
Pembimbing**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk secara parsial dan simultan memahami loyalitas pelanggan antara kualitas produk, promosi dan citra merek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokal (uji t) dan secara simultan (uji f) antara variabel kualitas produk (X1), promosi (X2) dan citra merek (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di PT. Citra Mandiri Distribusindo. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dan software analisis datanya adalah SPSS versi 26. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh klien PT Citra Mandiri yang tersebar kepada 119 responden. Dari perspektif variabel R-squared kualitas produk, promosi, citra merek dan loyalitas pelanggan didapatkan nilai koefisien determinasi (R²) pada model ringkasan adalah 52,6%, sedangkan signifikansi uji t untuk variabel kualitas produk. sebesar $0,009 < 0,05$, variabel promosi signifikan. $0,013 < 0,05$ dan variabel signifikansi citra merek $0,000 < 0,05$, masing-masing variabel berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji F diperoleh hasil $44.695 > 2.45$ dan signifikansinya $0.000 < 0.05$ yang membuktikan bahwa variabel kualitas produk, promosi dan citra merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Promosi; *Brand Image*; Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The intend of this research is to partially and simultaneously understand customer loyalty between product quality, promotion, and brand image. The method used in this study was to determine the local effect (t test) and simultaneously (f test) between the variable quality of the product (X1), promotion (X2) and brand image (X3) on customer loyalty (Y) in PT. Citra Mandiri Distribusindo. The design used in this research is descriptive analysis, and the data analysis software is SPSS version 26. Data collection is carried out by distributing questionnaires to all PT Citra Mandiri clients, distributing up to 119 respondents. From the perspective of the R-squared product quality variable, promotion, brand image and customer loyalty, it is found that the coefficient of determination (R²) in the summary model is 52.6%, while the significance of the t test for variable product quality is 0.009 <0.05, the promotion variable is significant. 0.013 <0.05 and the brand image significance variable 0.000 <0.05, each variable has significant effect on customer loyalty. The results of the F test are 44.695 > 2.45 and the significance is 0.000 <0.05, which establishes that the variables of product quality, promotion and brand image have a significant effect on customer loyalty simultaneously.

Keywords: *Product Quality; Promotion; Brand Image; Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa Karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya yang begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Promosi dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Citra Mandiri Distribusindo” yang merupakan persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. 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. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.Ak. selaku pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Kedua orang tua yang telah mendukung, mendoakan, dan memberi semangat selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini;
8. Teman-teman yang telah membantu, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis;

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu diharapkan saran dan kritik untuk membangun dan menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Batam, 29 Januari 2021

Penulis
(Rudyanto)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.2 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.3 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori Dasar.....	9
2.1.1 Kualitas Produk.....	9
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	9
2.1.1.2 Manfaat-Manfaat Kualitas Produk.....	10
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk.....	11
2.1.2 Promosi.....	11
2.1.2.1 Pengertian Promosi.....	11
2.1.2.2 Strategi Promosi.....	13
2.1.2.3 Indikator Promosi.....	13
2.1.3 <i>Brand Image</i>	14
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2.1.3.2 Tujuan <i>Brand Image</i>	15
2.1.3.3 Indikator <i>Brand Image</i>	15
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	16
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	16
2.1.4.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.4.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20

2.3.1 Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	20
2.3.2 Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	21
2.3.3 <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.3.4 Kualitas Produk Promosi dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	23
2.4 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Operasional Variabel.....	26
3.2.1 Variabel Independen	26
3.2.2 Variabel Dependen.....	26
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Alat Pengumpulan Data	30
3.5 Metode Analisis Data.....	31
3.5.1 Analisis Deskriptif	31
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	32
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.5.4 Uji Pengaruh	37
3.5.5 Uji Hipotesis	38
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Profil Responden.....	41
4.1.2 Analisis Deskriptif	44
4.1.3 Hasil Kualitas Data	52
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	53
4.1.5 Hasil Uji Pengaruh	57
4.1.6 Uji Hipotesis	60
4.2 Pembahasan.....	62
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	62
4.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	62
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran.....	66

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Diagram Histogram.....	53
Gambar 4.2 Diagram Normal <i>P-Plot Regression Standarized</i>	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Masa Bekerja.....	43
Tabel 4.4 Distribusi Tanggapan Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X1)	44
Tabel 4.5 Distribusi Tanggapan Kuesioner Variabel Promosi (X2)	45
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Kuesioner Variabel <i>Brand .Image</i> (X3).....	46
Tabel 4.7 Distribusi Tanggapan Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji F	61

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin	29
Rumus 3.2 Korelasi Pearson Product Moment	32
Rumus 3.3 Spearman Brown	34
Rumus 3.4 Rumus Chi Kuadrat	34
Rumus 3.5 Rumus Uji Glejser.....	36
Rumus 3.6 Regresi Linear Berganda	37