

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SAMSUNG EXPERIENCE
STORE CABANG MALL PURI INDAH**

SKRIPSI



Nama : Asep Nurfauzi

NIM : 43118110029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SAMSUNG EXPERIENCE
STORE CABANG MALL PURI INDAH**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Asep Nurfauzi

NIM : 43118110029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asep Nurfauzi

NIM : 43118110029

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 September 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Asep Nurfauzi

43118110029

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Asep Nurfauzi
NIM : 43118110029
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA SAMSUNG EXPERIENCE STORE CABANG
MALL PURI INDAH
Tanggal Sidang : 27 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ali Hanafiah, SE., MM., DBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 10233049



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Samsung Experience Store Cabang Mall Puri Indah”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Ali Hanafiah, SE., MM., DBA selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
- 2) Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
- 3) Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
- 4) Teristimewa Mama dan Papa, yang sangat penulis cintai yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi inspirasi dan do'a yang tiada hentinya selalu kepada penulis, adik-adik dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
- 5) Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
- 6) Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
- 7) Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB angkatan 2018 Universitas Mercu Buana yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Semoga kita semua dapat mewujudkan semua impian kita.

- 8) Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis, pembaca dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tugas akhir ini. Terima kasih.

Jakarta, 27 September 2023



Asep Nurfauzi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Perilaku Konsumen	13
3. Strategi Pemasaran	13
4. Bauran Pemasaran	14
5. Bauran Promosi	17
6. Loyalitas Konsumen.....	18
a. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	18
b. Indikator Loyalitas Konsumen.....	19
7. <i>Advertising</i>	19
a. Pengertian <i>Advertising</i>	19

b. Bentuk-Bentuk <i>Advertising</i>	20
c. Indikator <i>Advertising</i>	22
8. <i>Sales Promotion</i>	22
a. Pengertian <i>Sales Promotion</i>	22
b. Indikator <i>Sales Promotion</i>	23
9. <i>Direct Marketing</i>	23
a. Pengertian <i>Direct Marketing</i>	23
b. Indikator <i>Direct Marketing</i>	24
10. Penelitian Terdahulu.....	24
B. Pengembangan Hipotesis.....	27
1. Pengaruh <i>Advertising</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	27
2. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	28
3. Pengaruh <i>Direct Marketing</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	29
C. Rerangka Konseptual.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
1. Waktu Penelitian	30
2. Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian.....	30
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	31
1. Definisi Variabel	31
2. Operasionalisasi Variabel.....	33
D. Skala Pengukuran Penelitian	34
E. Populasi dan Sampel	35
1. Populasi	35
2. Sampel.....	35
F. Metode Pengumpulan Data	36
1. Data Primer	36
2. Data Sekunder	36
G. Metode Analisis Data	37

1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	37
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)... 40	
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Analisis Deskriptif	44
1. Karakteristik Responden	44
2. Deskriptif Jawaban Responden.....	47
C. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>	51
1. Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	51
2. Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	59
D. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh <i>Advertising</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	64
2. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	65
3. Pengaruh <i>Direct Marketing</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
A. Simpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Samsung Experience Store Cabang Mall Puri Indah	5
1.2	Hasil Pra Survey	6
2.1	Penelitian Terdahulu.....	24
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	33
3.2	Instrumen Skala Likert	34
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	46
4.5	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Advertising</i>	47
4.6	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Sales Promotion</i>	48
4.7	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Direct Marketing</i>	49
4.8	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	50
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	53
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	54
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>)	56
4.12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterion</i>)	57
4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>)..	58
4.14	Hasil Pengujian AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	58
4.15	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	59
4.16	Hasil Uji <i>R-Square</i>	60
4.17	Hasil Uji <i>f-Square</i>	61
4.18	Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk (<i>Q-Square</i>).....	62
4.19	Hasil Pengujian Hipotesis.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1.	5 Perusahaan <i>Smartphone</i> di Indonesia Pangsa Pasar.....	2
1.2.	Media Promosi Samsung Experience Store Cabang Mall Puri Indah.....	7
2.1.	Rerangka Konseptual.....	29
4.1.	Samsung Experience Store Cabang Mall Puri Indah	44
4.2.	Hasil Algoritma PLS	53
4.3.	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	55
4.4.	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	73
2	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden	76
3	Hasil Olah Data PLS	99

