

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM
PEMBELIAN MINUMAN TEH BOTOL SOSRO KEMASAN
PADA INDOMARET DKI JAKARTA**

SKRIPSI



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

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM
PEMBELIAN MINUMAN TEH BOTOL SOSRO KEMASAN
PADA INDOMARET DKI JAKARTA**

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



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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Theresia Helena Anjelia Lumban Gaol

NIM : 43120110234

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Juli 2024



Theresia Helena Anjelia Lumban Gaol

43120110234

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Theresia Helena Anjelia Lumban Gaol
NIM : 43120110234
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBELIAN MINUMAN TEH BOTOL SOSRO KEMASAN PADA INDOMARET DKI JAKARTA
Tanggal Sidang : 30 Agustus 2024

Disahkan oleh :

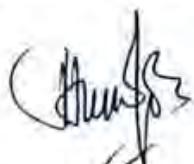
Pembimbing



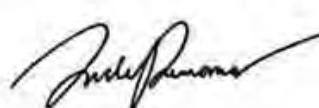
Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244348



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRACT

This research is a quantitative study that aims to determine the effect of Product Quality, Price Perception, and Promotion on Customer Loyalty for Teh Bottle Sosro in the purchase of sosro packaging bottled tea drink at Indomaret DKI Jakarta. Respondents in this study are people who have already bought Teh Bottle Sosro. Collecting data in this research using a questionnaire distributed to 165 respondents. Analysis of the data used is statistics in the form of SEM-PLS. The results of this study prove that product quality, price perception, and promotion have a positive and significant effect on the consumer loyalty Teh Bottle Sosro.

Keywords: Product Quality, Price Perception, and Promotion, Consumer Loyalty, Teh Bottle Sosro



ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Minuman Teh Botol Sosro Kemasan Pada Indomaret DKI Jakarta. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Teh Botol Sosro. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarluaskan kepada 165 responden. Analisis data yang digunakan adalah statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan minuman kemasan Teh Botol Sosro.

Kata Kunci Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Loyalitas Pelanggan, Teh Botol Sosro.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Minuman Teh Botol Sosro Kemasan Pada Indomaret DKI Jakarta”**.

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kepada Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah sabar memberikan semangat, motivasi, waktu, bimbingan, pengetahuan, nasihat, saran yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik. Pada kesempatan kali ini penulis juga ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M. Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Kedua orang tua tercinta Bapak Maradu Lumban Gaol dan Ibu Dormauli Sinaga serta abang dan kakak saya Richard Tua Lumban Gaol, Yohanes Alendra

Lumban Gaol, Ignatius Alexandro Lumban Gaol, Brigita Yosephine Lumban Gaol, yang telah memberikan doa, semangat, dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Terimakasih untuk seluruh sahabat-sahabat terkasih beserta teman-teman Manejemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita.
6. Terimakasih untuk seluruh dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 1 Juli 2024



Theresia Helena Anjelia Lumban Gaol

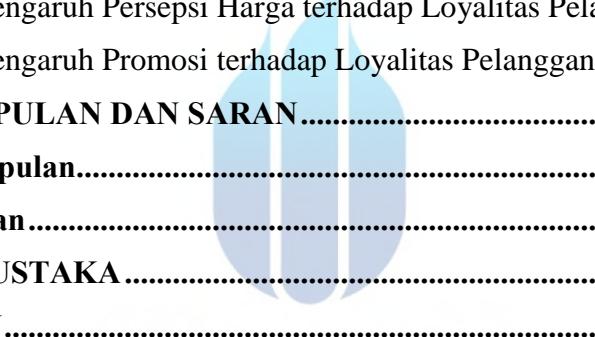
NIM : 43120110234

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	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	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
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
b. Konsep Pemasaran	13
2. Perilaku Konsumen.....	14
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
3. Kualitas Produk	19
a. Pengertian Kualitas Produk.....	19
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	20
4. Persepsi Harga	22
a. Pengertian Persepsi Harga.....	22
b. Tujuan Persepsi Harga	23
c. Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	24

5.	Promosi	26
a.	Pengertian Promosi	26
b.	Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	27
6.	Loyalitas Pelanggan	28
a.	Pengertian Loyalitas Pelanggan	28
b.	Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	29
c.	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	30
d.	Tangga atau Tingkatan Loyalitas Pelanggan	31
e.	Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan	33
7.	Penelitian Terdahulu	35
B.	Pengembangan Hipotesis	40
1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	40
2.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	40
3.	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
4.	Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	43	
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	43
B.	Desain Penelitian	43
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	44
1.	Definisi Variabel.....	44
2.	Operasionalisasi Variabel	46
D.	Skala Pengukuran	51
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	51
1.	Populasi.....	51
2.	Sampel	52
F.	Metode Pengumpulan Data	53
G.	Metode Analisis.....	53
1.	Analisis Deskriptif	54
2.	Uji Instrumen	54
3.	Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	55
a.	Pengertian Partial Least Square (PLS).....	55
b.	Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56

c. Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Analisis Deskripsi	60
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
2. Deskripsi Responden	61
3. Deskripsi Variabel	65
B. <i>Analisis Palias Square (PLS)</i>	70
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	70
2. Evaluasi Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	78
C. Pembahasan Hasil Penelitian	83
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	83
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	85
3. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	87
A. Simpulan.....	87
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei Teh Botol Sosro.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	46
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Persepsi Harga	47
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Promosi	49
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 3. 5 Instrumen Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	63
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	64
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	66
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk	67
Tabel 4. 8 Hasil Deskripsi Variabel Persepsi Harga	68
Tabel 4. 9 Hasil Deskripsi Variabel Promosi.....	69
Tabel 4. 10 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i>	72
Tabel 4. 11 PLS Algoritma Hasil Modifikasi	74
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i> .	75
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	75
Tabel 4. 14 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	76
Tabel 4. 15 Hasil <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	77
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Reliabilitas	78
Tabel 4. 17 Hasil <i>R-Square</i>	79
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian <i>Blindfolding</i>	80
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand Index Sub <i>Category Ready to Drink Tea</i>	2
Gambar 1. 2 Ritel Dengan Nilai Konsumen Tertinggi 2021	4
Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk DKI Jakarta.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4. 1 PLS Algoritma.....	71
Gambar 4. 2 PLS Algoritma Hasil Modifikasi.....	73
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	107
Lampiran 3 Hasil Pengujian Model Pengukuran Evaluasi (<i>Outer Model</i>)	125
Lampiran 4 Pengujian <i>Model Structural/Uji hipotesis (Inner Model)</i>	131

