



**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* KONSUMEN OPPO
*SMARTPHONE***

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Jember Angkatan 2013)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu
syarat untuk menyelesaikan program Studi Manajemen (S1) dan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**MELA ROSALINA
NIM : 13 104 11 044**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawahini:

Nama : Mela Rosalina
NIM : 1310411044
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP CUSTOMER LOYALTY KONSUMEN OPPO SMARTPHONE* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER ANGKATAN 2013; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 06 Mei 2017

Yang menyatakan,



Mela Rosalina
NIM. 13.10.411.044

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
KONSUMEN *OPPO SMARTPHONE*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2013)**

Oleh :


Mela Rosalina

Nim : 13 104 11 044

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utamaa : Dr. Nurul Qomariah, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Maheni Ika Sari, MM



PENGESAHAN

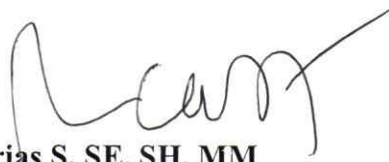
Skripsi berjudul; Pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap *customer loyalty* konsumen Oppo *smartphone* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2013; telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 29 Mei 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



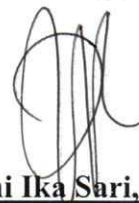
Trias S, SE, SH, MM
NPK 05 09477

Anggota 1,

Anggota 2,



Dr. Nurul Qomariah, MM
NPK0603426



Maheni Ika Sari, SE, MM
NPK 197708112005012000

Mengesahkan:



Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si
NPK01 09289

Ketua Jurusan,



Drs. Anwar, M.Sc
NPK 85 03 125

MOTTO

Barangsiapa yang menapaki suatu jalan dalam rangka mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke Surga.

“ H.R. Ibnu Majah & Abu Dawud”

Ti adanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan dan saya percaya pada diri saya sendiri.

“ Muhammad Ali”

Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa yang menghendaki kehidupan Akherat, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka wajib baginya memiliki ilmu.

“HR. Turmudzi”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya kepadaku dala mengerjakan skripsi ini, dan tidak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada semua yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir. Skripsi ini saya persembahkan, diantaranya :

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
2. Untuk kedua orang tuaku, bapak Sakrani dan ibu Lilik Winarsih, yang selama ini mendidik, membimbingku dan tiada hentinya menyayangiku.
3. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2013.
4. Untuk semua sahabat dan orang terdekat saya: Andri Aditya Firmansyah Ismawati, Ria Rohatul Hasanah, Mariyatul Khibtiyah, Dewi Wardatut, Dita Septania Chimbi Putri, Nurul Al Amin.

ABSTRAK

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap *customer loyalty* konsumen Oppo *smartphone* pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2013. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap *customer loyalty* secara parsial. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 100 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Hasil uji yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel promosi, harga dan kualitas produk mampu menjelaskan variasi yang terjadi terhadap *customer loyalty* konsumen Oppo *smartphone*. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* konsumen Oppo *smartphone* pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2013.

Kata Kunci: Oppo *smartphone*, promosi, harga, kualitas produk dan *customer loyalty*

ABSTRACT

The formulation of the problem in this research is how the influence of sales, price and product quality to customer loyalty of Oppo smartphones at Economics Student of Muhammadiyah University Jember Force 2013. The purpose of research is to know and analyze the influence of sales, price and product quality to consumer loyalty partially. The type of descriptive quantitative research using purposive sampling method with a sample of 100 respondents. The nature of the research is explanatory. The results of the test show the difference of sales, price and product quality explain the variation that happened to consumer loyalty of consumer of Oppo smartphone. Each variable has a positive and significant impact on customer loyalty of Oppo smartphone consumers in Economics Student of Muhammadiyah University Jember Force 2013.

Keywords :Promotion, price, product quality and customer loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirobbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan tetapi sedikit yang kita ingat. Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, taufik serta hidayah-Nya yang tidak terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap *Customer Loyalty*”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjan Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, S.E., M.Si. Selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M.Si. Selaku Ketua Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
3. Dr. Nurul Qomariah, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
4. Trias Setyowati S.E., M.M. selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh staff pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Terimakasih bapak dan ibuku, terimakasih untuk do'a yang tak pernah putus.
7. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
8. Untuk Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Jember Khususnya Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekuarangan dan kesalahn, namun selalu ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengahrapkan kritik dan saran yang membangu agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Mei2017
Penyusun

Mela Rosalina

DAFTAR ISI

HALAMANSAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LatarBelakang	1
1.2 RumusanMasalah	7
1.3 TujuandanManfaatPenelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 pemasaran.....	10
2.1.3 konsep pemasaran	11
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4.1 Produk (<i>Product</i>)	12
2.1.4.2 Harga (<i>Price</i>)	14
2.1.4.3 Promosi(<i>Promotion</i>)	17
2.1.5Loyalitas Konsumen (<i>Customer Loyalty</i>)	20
2.2PenelitianTerdahulu	22
2.3 KerangkaKonseptual	25

2.4 Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Promosi Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	26
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	26
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Identifikasi Variabel.....	29
3.1.1 Variabel Independen/Bebas	29
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat	29
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.2.1 Promosi (X_1)	29
3.2.2 Harga (X_2).....	29
3.2.3 Kualitas Produk (X_3).....	30
3.2.4 <i>Customer Loyalty</i> (Y)	30
3.3 Desain Penelitian	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel.....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4.1 Data Primer.....	33
3.4.2 Data Sekunder	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Analisis Kuantitatif.....	34
3.6.1.1 Uji Validitas.....	34
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.3.1 Uji Normalitas (<i>Normality</i>)	35
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	36
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	36
3.6.4 Uji Hipotesis	37
3.6.4.1 Uji Parsial (Uji t)	37

3.6.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	37
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.2 Gambaran Umum Responden	40
4.3 Pengujian Instrumen Data	42
4.3.1 Pengujian Validitas Data	42
4.3.2 Pengujian Reliabilitas Data	43
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.5 Pengujian Asumsi Klasik	45
4.5.1 Pengujian Normalitas	45
4.5.2 Pengujian Multikolinearitas	46
4.5.3 Pengujian Heterokedastisitas	46
4.6 Pengujian Hipotesis	47
4.6.1 Uji t	47
4.6.2 Koefisien Determinasi	48
4.7 Pembahasan	49
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Volume Penjualan <i>Smartphone</i> tahun 2015&2016	5
Tabel 1.2: Data Pra Penelitian Mahasiswa Pengguna Merk <i>Smartphone</i>	6
Tabel 2.1: Tabel Riset Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 4.2: Responden Menurut Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3: Responden Menurut Usia	41
Tabel 4.4: Responden Menurut Lama Penggunaan	41
Tabel 4.5: Responden Tipe <i>Smartphone</i> Yang Digunakan.....	41
Tabel 4.6: Pengujian Validitas.....	42
Tabel 4.7: Pengujian Reliabilitas	43
Tabel 4.8: Hasil Analisis Regresi Berganda	44
Tabel 4.9: Hasil Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.10: Hasil Uji t.....	47
Tabel 4.11: Hasil Uji Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2: Kerangka Konsep Penelitian.....	26
Gambar 4.2: Hasil Pengujian Normalitas	45
Gambar 4.3: Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN II : Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN III : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN IV : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN V : Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN VI : Uji Validitas
- LAMPIRAN VII : Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN VIII : Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN IX : Tabel r Product Moment, dan Tabel Distribusi t
- LAMPIRAN X : Dokumentasi
- LAMPIRAN XI : Bukti Empiris