

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BYINTANSHOP DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI



**Oleh: NOVI ANGGRAENI
2010411099**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novi Anggraeni

NIM : 2010411099

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tugas akhir yang berjudul: ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BYINTANSHOP DI KOTA JEMBER; Tulisan ini merupakan produk dari usaha dan kreasi pribadi saya. Namun demikian, dalam beberapa kasus, saya telah mencantumkan sumbernya dalam kutipan yang relevan. Selain itu, teks ini belum pernah diajukan ke lembaga lain sebelumnya, dan tidak ada unsur plagiarisme atau penjiplakan dalam karyanya. Saya bertanggung jawab atas integritas, keabsahan, dan akurasi kontennya sesuai dengan pendekatan ilmiah.

Saya ingin menegaskan bahwa pernyataan ini dibuat secara sukarela tanpa ada pengaruh atau desakan dari pihak manapun. Saya juga bersedia menerima sanksi akademik dan bersiap menghadapi tuntutan hukum jika pada waktu yang akan datang terdapat pihak yang merasa dirugikan akibat pernyataan yang tidak akurat ini.

Jember, 20 Maret 2024

Yang menyatakan,



Novi Anggraeni
NIM. 2010411099

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BYINTANSHOP DI KOTA JEMBER**



Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si.

Dosen Pembimbing Pendamping : Rusdiyanto, S.Pd.I., M.Pd.I.

PENGESAHAN

Tugas akhir berjudul: *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Byintanshop di Kota Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 9 Juli 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Jekti Rahayu, S.E., MM.
NIDN. 0711077201

Anggota 1,

Anggota 2,



Drs. Muhamad Naely Azhadi, M.Si.
NIDN. 0031126644



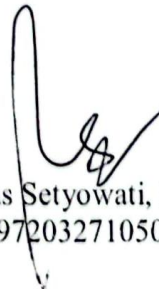
Rusdiyanto, S.Pd.I., M.Pd.I.
NIDN 0728019101

Mengesahkan:



Dekan,
Mubeni Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.
NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu Bapakku yang bernama Susanto dan Ibuku Supiyati yang telah mendoakan, mendidik, mencurahkan cinta, kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
2. Saudaraku Intan Fariska selaku kakak kandungku yang selalu membantu dan mendukungku.
3. Laki laki hebat yang selalu menemaniku, mengantarkan aku untuk menyelesaikan Skripsi ini yaitu Bagus Hidayah.
4. Serta untuk keluarga besarku yang turut mendoakan semua langkahku.
5. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.



MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (mereka berdoa): "Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau hukum Kami jika Kami lupa atau Kami tersalah. Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau bebankan kepada Kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum Kami. Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau pikulkan kepada Kami apa yang tak sanggup Kami memikulnya. beri ma'afilah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah penolong Kami, Maka tolonglah Kami terhadap kaum yang kafir.

(Q.S. Al Baqarah: 286)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.

(Q.S. Al Insyirah: 6-8)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Byintanshop di Kota Jember. Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, serta Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Bapak Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Rusdiyanto, S.Pd.I., M.Pd.I. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan;
3. Ibu Jekti Rahayu S.E., MM., selaku ketua penguji yang telah memberikan koreksi dan saran sebagai bentuk perbaikan skripsi ini;
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis;
5. Ayahku Susanto dan Ibuku, Supiyati yang mencurahkan seluruh cinta, kasih sayang, perhatian serta doa untuk kesuksesan dan kebahagiaanku;
6. Rekan-rekan seperjuangan, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberikan masukan dan dukungan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayahNya diberikan kepada kita semua.

Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, Maret 2024

Penulis

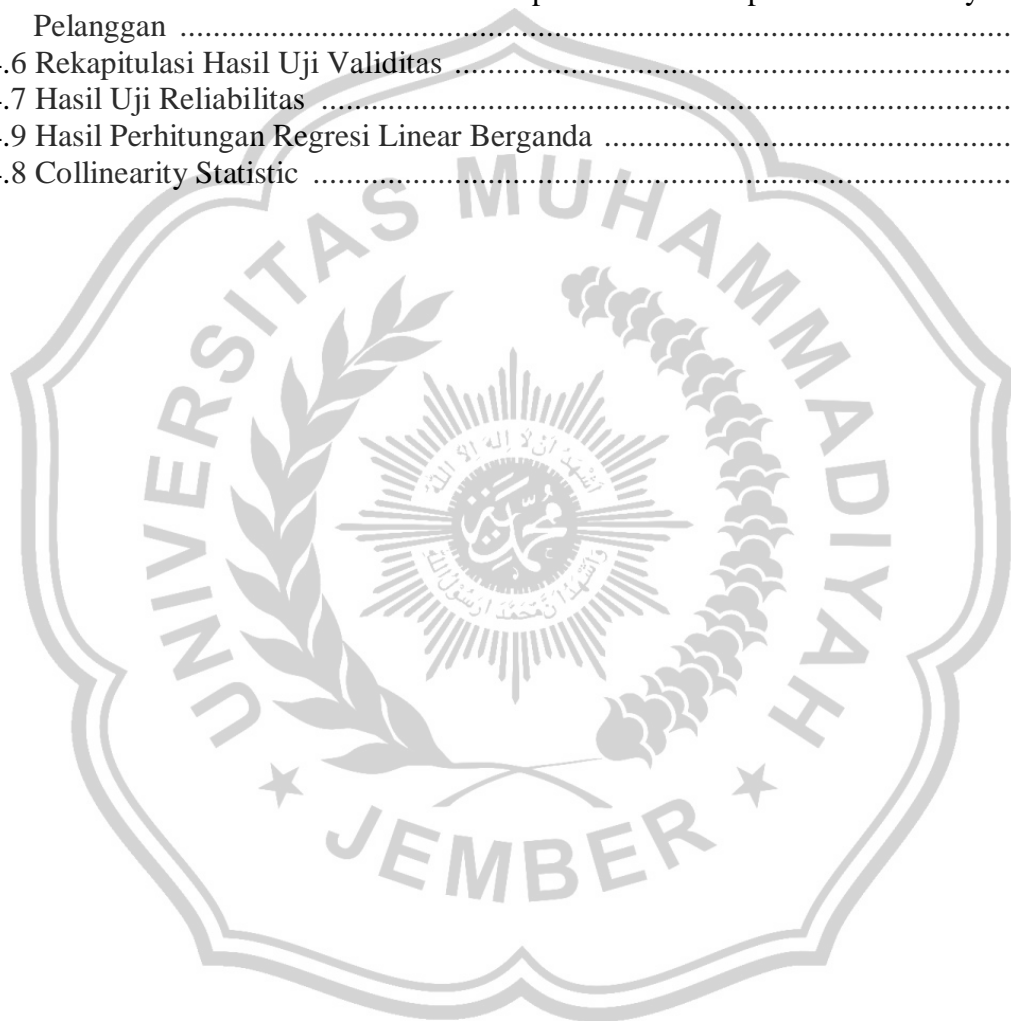
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pokok Permasalahan	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
2.1.3 Perilaku Konsumen	15
2.1.4 Loyalitas Konsumen.....	18
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	22
2.4 Hipotesis.....	23
2.4.1 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.4.2 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	23
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Identifikasi Variabel.....	25
3.3 Definisi Operasional Variabel	25
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4.1 Jenis Data	26
3.4.2 Sumber Data.....	27
3.5 Populasi, Sampel, dan <i>Sampling</i>	27
3.5.1 Populasi.....	27
3.5.2 Sampel	27
3.5.3 <i>Sampling</i>	28
3.6 Metode Pengumpulan Data	28
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	29
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	29

3.8.1 Uji Validitas	29
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	29
3.9 Analisis Regresi Berganda	29
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.11 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	31
3.12 Pengujian Hipotesis Uji t (<i>t test</i>).....	31
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Profil Byintanshop Jember.....	33
4.1.2 Visi dan Misi Byintanshop Jember.....	34
4.1.3 Produk Byintanshop Jember	34
4.1.4 Alamat Byintanshop Jember	34
4.1.5 Struktur Organisasi Byintanshop Jember	34
4.1.6 Tenaga Kerja Byintanshop Jember.....	35
4.2 Hasil Analisis Data	36
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	36
4.2.2 Analisis Deskriptif Pertanyaan.....	37
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	40
4.2.6 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	42
4.2.7 Pengujian Secara Parsial	43
4.3 Pembahasan	43
4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
4.3.2 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	44
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	45
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Byintanshop Januari – Oktober 2023.....	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Demografi Responden	35
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Harga	36
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Promosi	36
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Produk ...	37
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	37
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	39
Tabel 4.8 Collinearity Statistic	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan alat-alat promosi	14
Gambar 2.2 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	17
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Byintanshop Jember	34
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	40
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	40



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 8 Foto Dokumentasi Penelitian

