

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Konsumen FreshCare di Surabaya)

SKRIPSI



OLEH:

AMALIA WAHYUNINGTYAS

20042010002

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2024**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Konsumen FreshCare di Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



OLEH:

AMALIA WAHYUNINGTYAS
20042010002

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Konsumen FreshCare di Surabaya)

Disusun Oleh:

AMALIA WAHYUNINGTYAS

20042010002

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

BUDI PRABOWO, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Konsumen FreshCare di Surabaya)

Disusun Oleh:

AMALIA WAHYUNINGTYAS
20042010002

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 22 Januari 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


BUDI PRABOWO, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001


INDAH RESPATI KUSUMASARI, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

2. Sekretaris


Dr. Drs. NURHADI, M.Si
NIP. 196902011994031001

3. Anggota


BUDI PRABOWO, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR


Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amalia Wahyuningtyas

NPM : 20042010002

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen FreshCare di Surabaya)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 22 Januari 2024
Yang Membuat Pernyataan



Amalia Wahyuningtyas
NPM. 20042010002

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan saya kesempatan dan kemudahan, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen FreshCare di Surabaya)”** dalam keadaan baik dan sesuai waktu yang ditentukan. Tidak lupa sholawat serta salam selalu dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan petunjuk Allah SWT kepada semua umatnya di dunia dan akhirat nanti.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Budi Prabowo, S.Sos., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, nasihat serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin., S.Sos., MM., MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua Orang Tua, Ayah Slamet Nuryatim guru agama terbaik dalam hidup penulis yang banyak memberikan semangat dan keyakinan serta dukungan moral, spiritual dan material. Ibu Yulis Fitriyaningsih, madrasah pertama penulis yang sudah memberikan cinta dan kasih sayangnya sampai tidak terhingga serta doa yang tidak pernah terputus.
5. Adik Anggraini Nur Assyifa dan keluarga besar yang banyak membantu dan memberikan dukungan baik moral dan spiritual.
6. Sahabat penulis Alfan, Nabil dan Dini serta teman-teman satu bimbingan yang telah membantu dan memberikan informasi, semangat dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Seluruh teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menjadi acuan agar bisa memperbaiki kesalahan dan kekurangan di masa yang akan datang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca dan menjadi acuan atau referensi untuk penelitian yang akan datang.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Surabaya, 22 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Pemasaran	19
2.2.2 Harga	24
2.2.3 Promosi.....	29
2.2.4 Kualitas Produk.....	33
2.2.5 Loyalitas Konsumen.....	40
2.2.6 Kepuasan Konsumen	43
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	45
2.3.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	45
2.3.2 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	46
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	47
2.3.4 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	47
2.3.5 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen	48
2.3.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	49
2.3.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	49
2.3.8 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	50
2.3.9 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	51
2.3.10 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	52
2.4 Kerangka Berpikir	52
2.5 Hipotesis	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Jenis Penelitian.....	55
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	55
3.2.1 Definisi Operasional	55
3.2.2 Variabel.....	56

3.2.3	Teknik Pengukuran Variabel.....	59
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	60
3.3.1	Populasi.....	60
3.3.2	Sampel.....	61
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	62
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.4.1	Jenis Data.....	63
3.4.2	Sumber Data.....	63
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.5	Teknik Analisis Data.....	65
3.5.1	Analisis Data.....	65
3.5.1.1	Uji Validitas.....	66
3.5.1.2	Uji Reliabilitas.....	67
3.5.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	68
3.5.2.1	Analisis SEM-PLS (Structural Equation Model Partial Least Square).....	68
3.5.2.2	Membangun Model Analisis Jalur.....	69
3.5.2.3	Evaluasi Model Persamaan Struktural (SEM-PLS).....	70
3.5.2.4	Uji Hipotesis.....	72
3.6	Jadwal Penelitian.....	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		74
4.1	Hasil.....	74
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.1.2	Penyajian Data.....	78
4.1.3	Analisis dan Uji Hipotesis.....	97
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	109
4.2.1	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	109
4.2.2	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.....	111
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen ..	112
4.2.4	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	113
4.2.5	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen.....	115
4.2.6	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen ...	116
4.2.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	117
4.2.8	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	119
4.2.9	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	120
4.2.10	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	122
4.3	Matriks Hasil Penelitian.....	124
BAB V PENUTUP.....		130
5.1	Kesimpulan.....	130
5.2	Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....		134
LAMPIRAN 1.....		137
LAMPIRAN 3.....		144

LAMPIRAN 4	150
LAMPIRAN 5	162
LAMPIRAN 6	163
LAMPIRAN 7	163
LAMPIRAN 8	164
LAMPIRAN 9	165
LAMPIRAN 10	165
LAMPIRAN 11	166
LAMPIRAN 12	166

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	IPU Indonesia (2018-2022).....	1
Gambar 1.2	Pertumbuhan PDB Lapangan Usaha (y-on-y).....	6
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	53
Gambar 3.1	Diagram Jalur	69
Gambar 4.1	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Minyak Angin Aromatherapy	9
Tabel 3.1	Pengukuran Skala <i>Likert</i>	60
Tabel 3.2	Kriteria Penilaian Evaluasi <i>Inner Model</i>	72
Tabel 3.3	Jadwal Penelitian	73
Tabel 4.1	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.2	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	79
Tabel 4.3	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	79
Tabel 4.4	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.5	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	81
Tabel 4.6	Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	81
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Variabel Harga (X1)	83
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2).....	86
Tabel 4.9	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3).....	88
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	92
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	94
Tabel 4.12	<i>Outer Loading</i>	99
Tabel 4.13	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	99
Tabel 4.14	<i>Cross Loading</i>	100
Tabel 4.15	<i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	101
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>R-Square</i>	103
Tabel 4.17	Hasil Uji Hipotesis <i>Direct Effect (Path Coefficients)</i>	105
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis <i>Indirect Effect</i>	108
Tabel 4.19	Matriks Hasil Penelitian.....	128

ABSTRACT

Amalia Wahyuningtyas (20042010002), *The Influence of Price, Promotion and Product Quality on Consumer Loyalty Through Consumer Satisfaction as An Intervening Variable (Study of FreshCare Consumers in Surabaya)*

This study aimed to assess and analyze the impact of price, promotion, and product quality on customer loyalty, mediated by consumer satisfaction with FreshCare products in Surabaya. This research employed an associative research with a quantitative approach involving the collection of questionnaire-based data. The study's target population comprised consumers who had purchased or used FreshCare products in Surabaya. Utilizing the Non-Probability Sampling-Purposive Sampling technique, 100 individual respondents were selected for this research. The data analysis method employed was Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) using the statistical software SmartPLS 4.0. The research findings revealed that Price, Promotion, and Product Quality significantly and positively influence Consumer Satisfaction. Price and Product Quality also significantly and positively affect Consumer Loyalty, whereas Promotion showed no significant positive impact on Consumer Loyalty. Consumer Satisfaction was found to have a significant positive effect on Consumer Loyalty. Furthermore, Price and Product Quality were noted to positively and significantly influence Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction. However, Promotion did not have a significant positive influence on Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction.

Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction, FreshCare

ABSTRAK

Amalia Wahyuningtyas (20042010002), Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen FreshCare di Surabaya)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen produk FreshCare di Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif melalui pengumpulan data dari hasil sebaran kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau menggunakan produk FreshCare di Surabaya. Dalam penelitian ini, 100 individu yang menjadi responden dipilih menggunakan teknik *Non Probability Sampling-Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak statistika SmartPLS 4.0. Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa Harga, Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, Promosi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen, Promosi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen, FreshCare