

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM  
(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur prodi Administrasi Bisnis)**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH :**

**ZULVINA RAHMA SHOFIUDIN**

**18042010037**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### LEMBAR PERSETUJUAN

**“PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM”**

**(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur prodi Administrasi Bisnis)**

Disusun Oleh :

**ZULVINA RAHMA SHOFIUDIN**

**NPM. 18042010037**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

**Ir. Lisa Sulistyawati, MM**

**NIP. 195802231987032001**

Mengetahui,

DEKAN

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**Dr. Drs. Ee-Gendut Sukarno, M.S., CHRA**

**NIP. 195907011987031001**

## LEMBAR PENGESAHAN

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP**  
**LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM**  
(Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur prodi Administrasi Bisnis)

Disusun oleh :

Zulvina Rahma Shofudin  
NPM. 18042010037

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 26 Agustus 2022

Menyetujui,

Pembimbing

  
Ir. Lisa Sulistyawati, MM  
NIP. 195802231987032001

Tim Penguji


1. Ketua

  
Dr. Acep Samsudin, MA  
NIP. 21119771204337


2. Sekretaris

  
Ir. Lisa Sulistyawati, MM  
NIP. 195802231987032001

3. Anggota

  
Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,  
**DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
Dr. Drs. Ec Gendut Sukarno, M.S., CHRA  
NIP. NIP. 195907011987031001

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zulvina Rahma Shofiudin

Nim : 18042010037

Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial Dan Politik / Adminitrasi Bisnis

Judul Skripsi/Tugas Akhir/ Tesis/Desertasi : Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur prodi Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya,09 September 2022

Yang Menyatakan



(Zulvina Rahma Shofiudin)

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis mengucapkan syukur dan terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada pembelian Teh Pucuk Harum (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur prodi Administrasi Bisnis)”**. Tugas ini disusun untuk memenuhi syarat mencapai gelar sebagai sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa selesainya Skripsi ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak yang terus memberikan dorongan, bimbingan dan saran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada ibu Ir. Lisa Sulistyawati,MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Dan juga penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan baik moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Adapun penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis mengutarakan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap pembaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan dan perbaikannya agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Agustus 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan .....	7
1.4 Manfaat .....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pemasaran .....	13
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	14
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	16
2.2.1.4 Bauran Pemasaran.....	17
2.2.1.5 Unsur-unsur Pemasaran.....	18
2.2.2 Promosi .....	20
2.2.2.1 Pengertian Promosi.....	20
2.2.2.2 Bauran Promosi.....	22
2.2.2.3 Tujuan Promosi.....	23
2.2.2.4. Manfaat Promosi.....	25
2.2.2.5 Indikator Promosi .....	26
2.2.3 Harga.....	27
2.2.3.1 Pengertian Harga .....	27
2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga .....	28
2.2.3.3 Indikator Harga .....	29

2.2.4 Kualitas Produk .....	30
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	30
2.2.4.2 Dimensi Kualitas Produk .....	32
2.2.4.3 Konsep Produk .....	33
2.2.4.4 Klasifikasi Produk.....	33
2.2.4.5 Indikator Kualitas Produk .....	38
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	39
2.2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	39
2.2.5.2 Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	40
2.2.5.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	41
2.3 Kerangka Berpikir .....	42
2.4 Hipotesis .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	46
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	55
3.3.1 Populasi.....	55
3.3.2 Sampel.....	56
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	58
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.4.1 Jenis Data.....	58
3.4.2 Sumber Data.....	59
3.4.3 Pengumpulan Data .....	59
3.5 Teknik Analisis Data .....	59
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3.5.1.1 Uji Validitas .....	61
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	62
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.6 Uji Hipotesis .....	67
3.6.1 Uji Simultan (Uji F).....	67
3.6.2 Uji Parsial (Uji T) .....	70
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data .....	75
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	75



4.1.2 Logo Perusahaan.....	77
4.1.3 Visi dan Misi PT Mayora Indah Tbk.....	77
4.1.4 Struktur Organisasi.....	78
4.2 Deskripsi Penelitian.....	79
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden.....	79
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	82
4.3 Uji Instrumen Data.....	92
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	92
4.3.1.1 Uji Validitas.....	92
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	94
4.4 Analisis dan Hipotesis.....	95
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	95
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	95
4.4.1.2 Uji Multikolinieritas.....	96
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	97
4.4.1.4 Uji Autokorelasi.....	98
4.4.2 Analisis Data.....	100
4.4.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	100
4.4.3 Uji Hipotesis.....	101
4.4.3.1 Uji F (Uji Simultan).....	102
4.4.3.2 Uji T (Uji Parsial).....	104
4.5 Pembahasan.....	108
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	108
4.5.2 Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	111
4.5.3 Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.....	112
4.5.2.1 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	112
4.5.2.2 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	113
4.5.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	114
4.6 Matriks Hasil Penelitian.....	115
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>116</b>
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Saran.....	117

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>122</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. Kerangka Berpikir .....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 2. Kurva Uji Simultan (Uji F) .....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 3. Kurva Uji Parsial (Uji T) .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4. Logo Perusahaan .....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 5. Struktur Organisasi Perusahaan .....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>98</b>
<b>Gambar 7. Kurva Uji F .....</b>	<b>104</b>
<b>Gambar 8. Kurva Uji T Variabel X1 .....</b>	<b>106</b>
<b>Gambar 9. Gambar 8. Kurva Uji T Variabel X2 .....</b>	<b>107</b>
<b>Gambar 10. Kurva Uji T Variabel X3 .....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengambilan Keputusan ada tidaknya Autokorelasi .....	67
Tabel 2. Hasil Jenis Kelamin Responden .....	79
Tabel 3. Hasil Usia Responden.....	80
Tabel 4. Hasil klasifikasi tahun angkatan responden .....	81
Tabel 5. Hasil klasifikasi responden berdasarkan pembelian produk.....	82
Tabel 6. Kuesioner Variabel Promosi (X1).....	84
Tabel 7. Kuesioner Variabel Harga (X2) .....	86
Tabel 8. Kuesioner Variabel Kualitas Porduk (X3).....	88
Tabel 9. Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	91
Tabel 10. Hasil Uji Validitas .....	93
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas .....	94
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas.....	96
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinieritas.....	96
Tabel 14. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi .....	99
Tabel 15. Durbin Watson .....	99
Tabel 16. Analisis Regresi Linier Berganda .....	100
Tabel 17. Hasil Uji F .....	103
Tabel 18. Hasil Uji T .....	104

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada pembelian Teh Pucuk Harum. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi Teh Pucuk Harum. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang responden yakni mahasiswa UPN Jawa Timur khususnya pada prodi Administrasi Bisnis. Hasil penyebaran Kuesioner diukur dengan menggunakan skala ordinal. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode Kuantitatif .

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara *Purposive Sampling*. Metode analisis yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda dengan melalui pengujian asumsi klasik, uji validitas dan reliabilitas. Pengujian asumsi klasik yaitu menggunakan uji normalitas data, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Metode analisis regresi linier berganda dinilai melalui uji t, dan uji f. Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa Promosi, Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pembelian Teh Pucuk Harum.

**Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan**

## ABSTRACT

This research aims to know how big is the influence of discount, price, and product quality on customer loyalty on the purchase of Teh Pucuk Harum. The population in this research was a consumer who have bought or consumed The Pucuk Harum. The sample in this research involved 100 respondents, namely East Java UPN students especially business administration study program. The results of the questionnaire distribution were measured using an ordinal scale. This type of research is descriptive research using the quantitative method.

The sampling method in this research used *non probability sampling* using *purposive sampling* technique. The analytical method used multiple linear regression analysis through classical assumption testing, validity and reliability testing. The classical assumption test used the data normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Multiple linear regression analysis method assessed through t test, and f test. The results of this research indicated that discount, price, and product quality had a positive and significant effect on customer loyalty on the purchase of The Pucuk Harum

**Keyword: Discount, Price, Product Quality, Customer Loyalty**