

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA MIE ACEH SEULANGA RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH :

**NIKITA ARIYENSI
1901100040**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

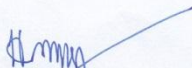
NAMA : MIKITA ARIYENSI
NPM : 1901100040
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH KEPUASAN
PELANGGAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA MIE ACEH SEULANGA
RANTAUPRAPAT

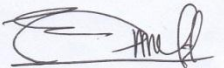
RANTAUPRAPAT, 04 Juli 2023

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING


Dr. HAYANUDDIN SAFRI, SE., M.Si
NIDN. 0108066503


AULIA INDRA, SE., M.M
NIDN. 0112039102


MENYETUJUI:

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



PRISTYONO, SE. M.Si
NIDN. 0116118301



ABD. HAFIM, SE. M.Si
NIDN. 0126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : NIKITA ARIYENSI
NPM : 1901100040
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH KEPUASAN
PELANGGAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA MIE ACEH SEULANGA
RANTAUPRAPAT

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Artikel ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan Artikel ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Artikel ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 04 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan



NIKITA ARIYENSI
NPM. 1901100040

ABSTRAK

Nikita Ariyensi, NPM : 1901100040, Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu, 2022. Skripsi.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat. Penelitian ini dilakukan di Mie Aceh Seulanga Rantauprapat pada bulan Februari-Maret 2023. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga, dengan teknik accidental sampling, sehingga diambil sampel 50 orang. Jenis data yang dikumpulkan untuk mendukung variabel yang diteliti adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu daftar pertanyaan (*Questionnaire*) dan studi dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Pengolahan data menggunakan program software SPSS (*statistic package for the social science*) 25.00 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, masing-masing variabel kepuasan pelanggan, harga dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat dan secara simultan, variabel kepuasan pelanggan, harga dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat.

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

ABSTRACT

Nikita Ariyensi, NPM : 1901100040, Analysis of the Influence of Customer Satisfaction, Price and Promotion on Customer Loyalty at Mie Aceh Seulanga Rantauprapat, Faculty of Economics and Business, Labuhanbatu University, 2022. Thesis.

This study aims to test and determine the effect of customer satisfaction, price and promotion on customer loyalty at Mie Aceh Seulanga Rantauprapat. This research was conducted at Mie Aceh Seulanga Rantauprapat from February to March 2023. This research is a qualitative and quantitative research. The population in this study is infinite, with the accidental sampling technique, so that a sample of 50 people is taken. The types of data collected to support the variables studied are primary data and secondary data. Data collection techniques used are a list of questions (Questionnaire) and documentation study. Data analysis techniques in this study used multiple linear regression analysis, t test, F test, and the coefficient of determination. Data processing uses the SPSS software program (statistical package for the social sciences) 25.00 for windows. The results showed that partially, each variable of customer satisfaction, price and promotion had an effect on customer loyalty at Mie Aceh Seulanga Rantauprapat and simultaneously, the variables of customer satisfaction, price and promotion had an effect on customer loyalty on Mie Aceh Seulanga Rantauprapat.

Keywords: *Product Quality, Promotion, Price, and Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mie Aceh Seulanga Rantauprapat”. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Penulis menyadari masih banyak terdapat berbagai kekurangan dan kelemahan dalam membuat skripsi, namun semua itu dapat diatasi karena bantuan yang sangat tulus dari berbagai pihak. Atas bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak termasuk kepada kedua Orang tua dan Ibunda tercinta dan segenap keluarga yang selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini, dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Halomoan Nasution, SH Selaku Ketua yayasan Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE., M.Si., Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Pristiyono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Abd. Halim, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu.
5. Bapak Dr. Hayanuddin Safri, SE., M.Si selaku Dosen Utama.
6. Bapak Aulia Indra S.E., M.M Dosen Pendamping.

7. Kepada sahabat saya khususnya Nia Anita Sari, Larasati, Rani Rahmawati, Wardani Febriani Rambe, Engelina Sihite, Fatia Tri Cantika, Apriana Dewi, Dewi Sri Kumala Sari, dan Zubaidah Putri Siregar.
8. Kepada teman-teman seperjuangan Ekonomi Manajemen dan Bisnis.

Mengingat keterbatasan dan kemampuan penulis, tentu skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan masukan yang bermanfaat dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Rantauprapat, Maret 2023

Penulis,



NIKITA ARIYENSI

NPM : 1901100040

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah dan Perumusan Masalah.....	3
1. Batasan Masalah.....	3
2. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Uraian Teori.....	12
1. Teori Tentang Kepuasan Pelanggan.....	12
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	12
b. Faktor-Faktor dalam Menentukan Tingkat Kepuasan.....	12
c. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	13
2. Teori Tentang Harga.....	14
a. Pengertian Harga.....	14
b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga.....	16
c. Tujuan Penetapan Harga.....	17
d. Indikator Harga.....	18
3. Teori Tentang Promosi.....	19
a. Pengertian Promosi.....	19
b. Tujuan Promosi.....	20
c. Jenis Promosi.....	22
d. Indikator Promosi.....	23
4. Teori Tentang Loyalitas Pelanggan.....	24
a. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	24
b. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	25
c. Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan.....	26
C. Kerangka Konseptual.....	27
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
1. Lokasi Penelitian.....	30

2. Waktu Penelitian.....	30
B. Populasi dan Sampel.....	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	31
C. Definisi Operasional Variabel.....	32
D. Jenis Data dan Sumber Data.....	33
1. Jenis Data.....	34
2. Sumber Data.....	34
E. Teknik pengumpulan Data.....	34
F. Uji Intrumen Penelitian.....	35
1. Uji Validitas.....	36
2. Uji Reliabilitas.....	38
G. Metode Analisis Data.....	39
1. Uji Asumsi Klasik.....	39
a. Uji Normalitas.....	39
b. Uji Multikolinieritas.....	40
c. Uji Heteroskedastisitas.....	40
2. Uji Regresi Linier Berganda.....	41
3. Uji Hipotesis.....	42
a. Uji t.....	42
b. Uji F.....	43
c. Uji koefisien determinasi (R^2).....	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Perusahaan.....	45
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	45
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	46
4.1.1.4 Job Deskripsi.....	47
4.1.2 Hasil Deskriptif.....	48
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	48
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan.....	49
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	50
4.1.3 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	51
4.1.3.1 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	51
4.1.3.2 Deskriptif Variabel Harga.....	53
4.1.3.3 Deskriptif Variabel Promosi.....	54
4.1.3.4 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	56
4.1.4 Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	57
4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59

4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.1.5 Hasil Analisis Regresi.....	61
4.1.5.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.1.5.2 Hasil Uji t.....	62
4.1.5.3 Hasil Uji F.....	64
4.1.5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	65
4.2 Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN KUESIONER	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian..... 30
3.2	Definisi Operasional Variabel..... 32
3.3	Skala Pengukuran Likert..... 35
3.4	Kualitas Pelanggan..... 37
3.5	Harga..... 37
3.6	Promosi..... 37
3.7	Loyalitas Pelanggan..... 38
3.8	Kriteria Korelasi (<i>Nilai Alpha Cronbach</i>) Uji Reliabilitas..... 38
3.9	Uji Reliabel..... 39
4.1	Responden Berdasarkan Umur..... 48
4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 49
4.3	Responden Berdasarkan Jabatan Pekerjaan..... 49
4.4	Responden Berdasarkan Jabatan Alamat..... 50
4.5	Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan..... 51
4.6	Deskriptif Variabel Harga..... 53
4.7	Deskriptif Variabel Promosi..... 54
4.8	Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan..... 56
4.9	Uji Multikolinieritas..... 59
4.10	Uji Analisis Regresi Linear Berganda..... 61
4.7	Uji t..... 63
4.8	Uji F..... 64
4.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	27
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	46
4.2 Uji Normalitas.....	58
4.3 Histogram.....	58
4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner.....	75
2. Hasil Kuesioner.....	80
3. Dokumentasi.....	76
4. Tabel r,t,dan F.....	84
5. Data SPSS.....	89