

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
IPHONE DI TOKO BLACKROOM CELL
PLAZA JAMBU DUA BOGOR**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**MAYA SAFITRI
NIM: 2411907525**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
IPHONE DI TOKO BLACKROOM CELL
PLAZA JAMBU DUA BOGOR**

Oleh:

Nama	: MAYA SAFITRI
NIM	: 2411907525
Jurusan	: Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 15 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Sandi Noorzaman, S.Si., M.M

Altatit Dianawati, S.Si., M.M

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
IPHONE DI TOKO BLACKROOM CELL
PLAZA JAMBU DUA BOGOR**

Oleh:

Nama : MAYA SAFITRI
NIM : 2411907525
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 15 Agustus 2023
Waktu : 17.00 – 18.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Jhonson Sitanggang, S.P, M.M ()

Anggota : Maya Andini Kartikasari, S.P., M.M ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., M.M

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MAYA SAFITRI
NIM : 2411907525
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3271015802960002
Alamat : Kp.Rancamaya RT 01 RW 07 Kel.RancamayaKecamatan Bogor
Selatan Kota Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap loyalitas Pelanggan Iphone di Toko Blackroom Cell plaza Jambu Dua Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 15 Agustus 2023

MAYA SAFITRI

ABSTRAK

MAYA SAFITRI . NIM 2411907525. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Iphone Toko Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Bogor.

Saat ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat dikarenakan persaingan usaha yang semakin kompetitif. Oleh karena itu perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif agar mampu menjaga kelangsungan hidupnya.. Hal ini menyebabkan persaingan di usaha retail pun semakin ketat, terutama dibidang usaha *smartphone* iphone. Masih rendahnya tingkat loyalitas pelanggan iphone Toko Blackroom Cell Plaza Jambu Dua tersebut kemungkinan besar disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya kualitas pelayanan, harga dan promosi yang diberikan oleh Toko Balckroom Cell Plaza Jambu Dua.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan iphone Toko Blackroom Cell Plaza Jambu Dua. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* sejumlah 95 responden Adapun model analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil koefisien determinasi (ajusted R square) menunjukkan bahwa 40,5% faktor-faktor loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, harga dan promosi sedangkan sisanya 59,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $F_{hitung} (22,294) > F_{tabel} (2,47)$. Adapun hasil uji t menunjukkan variabel promosi nilai $t_{hitung} (4,705)$ dimana $t_{tabel} (1,986)$ maka secara parsial valiabel promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan iphone di Toko Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Bogor. Adapun variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Bogor dengan nilai $t_{hitung} (-0,096)$. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan iphone Toko Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Bogor dengan nilai $t_{hitung} (1,299)$.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, promosi, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

MAYA SAFITRI . NIM 2411907525. *The Effect of Service Quality, Price and Promotion on iPhone Pelanggan Loyalty Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Bogor Store.*

Currently, the development of the business world is increasingly rapid due to increasingly competitive business competition. Therefore, the company must be more creative and innovative in order to be able to maintain its survival. This causes competition in the retail business to be tighter, especially in the iPhone smartphone business. The low level of loyalty of iPhone customers Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Store is most likely caused by several factors, including the quality of service, prices and promotions provided by Balckroom Cell Plaza Jambu Dua Store.

The purpose of this study is to determine and analyze the effect of service quality, price, and promotion on iphone customer loyalty Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Store. The type of research used is explanatory research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The sample selection was carried out by purposive sampling of 95 respondents. The data analysis used was by using multiple linear regression analysis.

The results of the coefficient of determination (ajusted R square) showed that 40.5% of customer loyalty factors could be explained by service quality, price and promotion while the remaining 59.5% were explained by other factors not studied in this study. The F test results show simultaneously the variables of service quality, price and promotion simultaneously have a significant effect on customer loyalty with $F_{\text{values calculated}} (22.294) > F_{\text{table}} (2.47)$. As for the results of the t test show the promotion variable $t\text{-value}_{\text{count}} (4.705)$ where $t_{\text{table}} (1.986)$ then partially variabel promotion has a significant effect on iphone customer loyalty in the Blackroom Store Cell Plaza Jambu Dua Bogor. The variable of service quality does not have a significant effect on customer loyalty of Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Bogor Store with a calculated t value (-0.096) . Price variables do not have a significant effect on iphone customer loyalty Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Bogor Store with a calculated t value (1.299) .

Keywords: service quality, price, promotion, customer

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi tepat pada waktunya. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi guru terbaik dan menjadi suri tauladan bagi umat Islam diseluruh dunia.

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga, dan Promosi Terhadap loyalitas pelanggan Iphone di Toko Blackroom Cell plaza jambu dua Bogor ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan dalam penelitian ini.

Dalam proses penulisannya, tentu penulis dibantu oleh banyak pihak. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, peneliti memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, S.E., M.Sc. M.AP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik. .
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan akreditasi B .
4. Bapak Sandi Noorzaman, S.Si., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar, baik hati serta bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan suka cita.
8. Bapak Mochammad Fajar Safrillah selaku owner di Toko Blackroom Cell plaza jambu dua Bogor yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian serta Bapak Agus Rahman selaku kepala toko yang sudah banyak membantu penulis ketika melakukan penelitian.
9. Ayahanda Joni serta Ibunda Mariam tercinta terima kasih atas kasih sayang yang tak terhingga, doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Keluarga besar Bapak Isak (Alm) tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi dengan baik.
11. Suamiku tersayang Kim Taehyung yang selalu memberikan energi positif dan yang selalu menjadi mood booster penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi dengan baik.
12. Dan tak lupa kepada king Aziz, A Uje, A Iwang, Fauzan, A Irfan, A Fahmi, A Ajay Soni, Ka dila, Ipang, Mumin, Fuji, Rena, Aulia, The Siti, Nurul, Ardi, Aisyah, Reva, Teh ucan, Teh Resti, Nesil dan Thania memberikan doa dan dukungan.

Terlepas dari semuanya penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan, dengan tangan terbuka penulis menerima segala kritik dan saran. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini semoga amal dan kebbaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT.

Depok 15 Agustus 2023
Penulis,

MAYA SAFITRI
NIM: 2411907525

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Rerumusan Masalah	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.2. Kualitas Pelayanan	14
2.1.3. Harga	15
2.1.4. Promosi	17
2.1.5. Loyalitas Pelanggan	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Konseptual	21
2.4. Hipotesis.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2. Jenis Penelitian	24
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.3.1. Populasi.....	25
3.3.2 Sampel	25
3.4. Teknik Pengumpulan Data	27
3.5. Definisi Operasional Variabel	27
3.5.2. Variabel Terikat	29
3.6. Teknik Analisis Data	31
3.6.2 Persamaan Regresi.....	32
3.6.3 Uji Kualitas Data	33
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	36
3.6.5 Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian	41

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.2 Karakteristik Responden	42
4.1.3 Tanggapan Responden	45
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung.....	4
Tabel 1. 2 Komplain pelanggan Toko Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Bogor.....	5
Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Toko Blackroom dengan kompetitor lainnya.....	7
Tabel 1. 4 Target Pencapaian Toko Blackroom Cell Plaza Jambu Dua Bogor	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	24
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3. 3 Angka Penafsiran	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	43
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden atas Variabel Kualitas Pelayanan	46
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden atas Variabel Harga	47
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden atas Variabel Promosi.....	47
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden atas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	48
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Harga.....	50
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Promosi	50
Tabel 4. 9 Reliabilitas	51
Tabel 4. 10 <i>Kolmogorov Smirnov Test</i>	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolonieritas (Tolerance dan VIF)	53
Tabel 4. 12 Persamaan regresi linier berganda	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji t.....	58
Tabel 4. 16 Pengaruh Dominan.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Toko Blackroom Cell	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	52
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedstisitas.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat keterangan Penelitian	69
Lampiran 1. 2 Kuisisioner Penelitian	70
Lampiran 1. 3 Tabulasi Data	73
Lampiran 1. 4 Uji Validitas dan Realibilitas	74
Lampiran 1. 5 Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis	78
Lampiran 1. 6 Kartu Bimbingan	81
Lampiran 1. 7 Daftar Riwayat Hidup.....	83
Lampiran 1. 8 Tabel F	84
Lampiran 1. 9 Uji T.....	85