

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
ALFAMART KOTAMADYA BEKASI**

**SKRIPSI**

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

**Candra Eka Ramdan**

**NIM. 041301503125172**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
BEKASI 2018**

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
ALFAMART KOTAMADYA BEKASI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen – Strata 1



Disusun oleh :

**Candra Eka Ramdan**

**NIM. 041301503125172**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
BEKASI 2018**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Candra Eka Ramdan

NIM : 041301503125172

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 23 Januari 2018

Candra Eka Ramdan  
041301503125172

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : CANDRA EKA RAMDAN

NIM : 041301503125172

FAKULTAS / JURUSAN : EKONOMI / MANAJEMEN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ALFAMART KOTAMADYA BEKASI

BEKASI, 23 JANUARI 2018

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

Dr. Novianti, SE,MM

Guston Sitorus, SE,MM

Dekan

Ketua Jurusan

Adolpino Nainggolan, SE, M.Ak

GL.Hery Prasetya, SE,MM



LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI  
PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ALFAMART  
KOTAMADYA BEKASI

OLEH :

NAMA : CANDRA EKA RAMDAN

NIM : 041301503125172

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 10 Februari 2018 dan telah dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Penguji/Pendamping 1

(Dr. Guston Siforus, SE., M.M)

Anggota Penguji

Anggota Penguji

(GL. Hery Prasetya, SE.,MM)

(Dr. Noviarti, SE.,MM)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt atas limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Alfamart Kotamadya Bekasi”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah swt yang selalu memberikan karunia nikmat yang tiada terhingga dan meridhoi setiap langkah penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Dr. Yusriani Sapta Dewi, M.Si, selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia
3. Bapak Adolpino Nainggolan, SE,MAk, selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Bapak GL.Hery Prasetya, SE,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen
5. Bapak Guston Sitorus, SE,MM selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa dengan sabar membimbing peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Dr. Noviarti, SE,MM selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa dengan sabar membimbing peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia kampus B atas tambahan pengetahuan dan pembelajaran hidup yang peneliti dapatkan selama kegiatan perkuliahan.
8. Segenap karyawan staff administrasi dan perpustakaan Universitas Satya Negara Indonesia Kampus B yang dengan sangat ramah membantu dalam administrasi selama perkuliahan dan mencari jurnal, majalah, skripsi, yang diperlukan peneliti.
9. Segenap responden yang telah meluangkan waktu untuk menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan peneliti.
10. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Buat adik-adikku Jakaria Senjaya dan Maulana Yusuf yang telah ikut membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
12. Terima kasih untuk Istri dan anakku yang tercinta Erna Pangesti dan Nabila Syafa Humaira yang menjadi motivasi serta pelecut dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabatku sekelas, seangkatan pertama manajemen kampus B terima kasih atas dukungan dan masukannya selama mengerjakan skripsi. Pokoknya tetap berhubungan walaupun udah pada jarang ketemu.
14. Sahabat skripsi ku Siti Maryam Atmaja yang selalu membantu dan memberikan semangat sehingga skripsi ini bisa selesai.

15. Teman-teman manajemen lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, semangat terus kuliah dan sukses selalu buat kalian.
16. Teman-teman PT. Taiyo Toshin Indonesia khususnya bagian CNC yang memberikan kemudahan kepada penulis dalam jadwal kerja dan kuliah sehingga sampai pada penyelesaian skripsi ini.
17. Bapak / Ibu kepala toko Alfamart Kotamadya Bekasi yang tidak saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian di toko Alfamart.
18. Karyawan Alfamart Kotamadya Bekasi yang telah membantu peneliti menyebar kuisisioner kepada pelanggan
19. Pihak-pihak lain yang sudah banyak membantu peneliti selama proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir dan yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Bekasi, 23 Januari 2018

Candra Eka Ramdan



## ABSTRAK

Persaingan di dunia bisnis sekarang sudah semakin ketat, hal ini juga dirasakan oleh pelaku bisnis retail seperti Alfamart yang harus memaksimalkan segala upaya agar pelanggan merasa puas dan tidak berpindah belanja ke toko lain, maka perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat diciptakan melalui promosi, lokasi dan kualitas layanan yang baik. Saat ini persaingan promosi yang ketat, lokasi toko minimarket yang menjamur dan kualitas layanan dari karyawan toko yang diberikan membuat pelanggan sangat selektif dalam memilih toko untuk belanja. Hal tersebut menjadi motivasi dibuatnya penelitian ini. Secara khusus penelitian ini membahas tentang loyalitas pelanggan Alfamart di wilayah Kotamadya Bekasi sebagai variabel dependen dengan tiga variabel independen yaitu promosi, lokasi, dan kualitas layanan melalui variabel intervening yaitu kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung ketiga variabel independen tersebut terhadap loyalitas pelanggan, dan pengaruh tidak langsung ketiga variabel tersebut melalui variabel interveningnya.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 220 pelanggan Alfamart di wilayah Kotamadya Bekasi yang diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji analisis jalur yang terdiri dari dua struktur jalur. Analisis kualitatif merupakan interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (H1 diterima), lokasi berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (H2 diterima), kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (H3 diterima), kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (H4 diterima), promosi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan (H5 diterima), lokasi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan (H6 diterima), kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan (H7 diterima)

Kata kunci : Promosi, Lokasi, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*Competition in the business world is getting tighter, it is also felt by retail business actors such as Alfamart who must maximize all efforts to satisfy customers and do not switch shopping to other stores, then the company must know the factors that affect customer loyalty. Customer loyalty can be created through promotion, location and quality of service. Nowadays, the tight promotional competition, the expanding location of the minimarket store and the quality of service provided by the store employees make the customer very selective in choosing place for shopping. It becomes the motivation of this research. In particular, this study discusses the loyalty of Alfamart customers in Bekasi city as a dependent variable with three independent variables, namely promotion, location, and service quality through intervening variable that is customer satisfaction. The purpose of this study is to determine the direct influence of the three independent variables on customer loyalty, and indirect influence of these three variables through intervening variable.*

*This research was conducted by questionnaire method to 220 Alfamart customers in Bekasi City area obtained by using purposive sampling technique. Then the analysis of the data obtained in the form of quantitative and qualitative analysis. Quantitative analysis includes validity test and reliability test, classical assumption test, and path analysis test consisting of two path structures. Qualitative analysis is the interpretation of data obtained in the research and the results of data processing that has been implemented by giving information and explanation.*

*The results of this study indicate that the promotion directly affects customer loyalty (H1 received), the location directly affects customer loyalty (H2 accepted), service quality directly affects customer loyalty (H3 accepted), customer satisfaction directly affects customer loyalty (H4 accepted), promotion directly affects customer satisfaction (H5 accepted), location directly affects customer satisfaction (H6 accepted), quality of service directly affects customer satisfaction (H7 accepted)*

*Keywords: Promotion, Location, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*

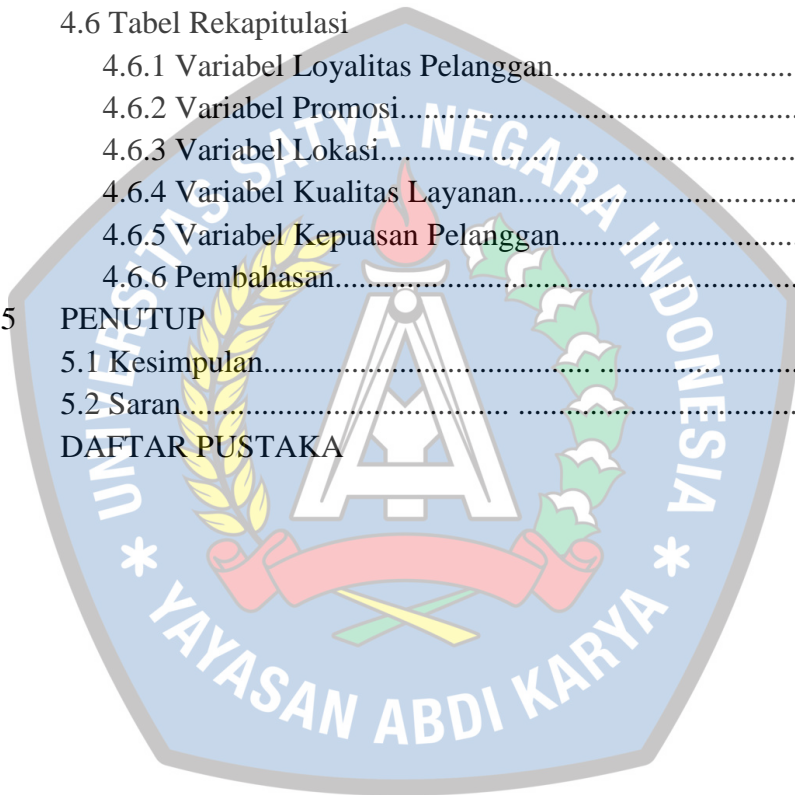
## DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	I
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	II
KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Loyalitas Pelanggan	
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.2 Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan.....	12
2.2 Promosi	
2.2.1 Pengertian Promosi.....	14
2.2.2 Dimensi dan Indikator Promosi.....	16
2.3 Lokasi	
2.3.1 Pengertian Lokasi.....	19
2.3.2 Dimensi dan Indikator Lokasi.....	20
2.4 Kualitas Layanan	
2.4.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	22
2.4.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan.....	23
2.5 Kepuasan Pelanggan	
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	25
2.5.2 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan.....	27
2.6 Penelitian Terdahulu	28
2.7 Keterkaitan Antar Variabel.....	
2.7.1 Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.7.2 Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.7.3 Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	31
2.7.4 Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan....	31
2.7.5 Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.7.6 Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.7.7 Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32

	2.8 Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	35
	3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	37
	3.3 Desain Penelitian.....	37
	3.4 Variabel Skala Pengukuran	
	3.4.1 Variabel Dependen.....	37
	3.4.2 Variabel Independen.....	38
	3.4.3 Variabel Intervening.....	41
	3.4.4 Skala Pengukuran.....	43
	3.5 Metode Pengumpulan Data.....	43
	3.6 Jenis Data	
	3.6.1 Data Primer.....	44
	3.6.2 Data Sekunder.....	44
	3.7 Populasi dan Sampel	
	3.7.1 Populasi.....	45
	3.7.2 Sampel.....	45
	3.8 Metode Analisis Data	
	3.8.1 Penyebaran Kuisioner.....	46
	3.8.2 Profil Responden.....	46
	3.8.3 Analisis Deskriptif.....	47
	3.8.4 Uji Kelayakan Instrumen.....	47
	3.9 Uji Asumsi Klasik	
	3.9.1 Uji Normalitas.....	55
	3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	56
	3.9.3 Uji Heterokedastisitas.....	56
	3.9.4 Uji Autokorelasi.....	57
	3.9.5 Uji Hipotesis.....	57
<b>BAB 4</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
	4.1 Deskriptif Umum Responden	
	4.1.1 Profil Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
	4.1.2 Profil Umum Responden Berdasarkan Usia.....	61
	4.1.3 Profil Umum Responden Berdasarkan Pendidikan.....	61
	4.2 Analisis Deskriptif	
	4.2.1 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	62
	4.2.2 Variabel Promosi.....	63
	4.2.3 Variabel Lokasi.....	65
	4.2.4 Variabel Kualitas Layanan.....	67
	4.2.5 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	68
	4.3 Uji Asumsi Klasik	



4.3.1 Uji Normalitas.....	70
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	73
4.3.3 Uji Autokorelasi.....	74
4.3.4 Uji Heterokedastisitas.....	75
4.4 Uji Hipotesis dengan Analisis Jalur	
4.4.1 Struktur 1.....	76
4.4.2 Struktur 2.....	78
4.5 Pembahasan Hasil Uji Analisis.....	80
4.5.1 Pengaruh Langsung.....	81
4.5.2 Pengaruh Tidak Langsung.....	82
4.6 Tabel Rekapitulasi	
4.6.1 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	84
4.6.2 Variabel Promosi.....	85
4.6.3 Variabel Lokasi.....	86
4.6.4 Variabel Kualitas Layanan.....	86
4.6.5 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	87
4.6.6 Pembahasan.....	88
<b>BAB 5</b> PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	100



## DAFTAR TABEL

No	Nama Tabel	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	28
3.1	Definisi Operasional Variabel	41
3.2	Skala Pengukuran	43
3.3	Kisi-kisi Instrumen Sebelum Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	48
3.4	Output Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	48
3.5	Kisi-kisi Instrumen Setelah Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	49
3.6	Kisi-kisi Instrumen Sebelum Uji Validitas Promosi	49
3.7	Output Uji Validitas Promosi	49
3.8	Kisi-kisi Instrumen Setelah Uji Validitas Promosi	50
3.9	Kisi-kisi Instrumen Sebelum Uji Validitas Lokasi	50
3.10	Output Uji Validitas Lokasi	50
3.11	Kisi-kisi Instrumen Setelah Uji Validitas Lokasi	51
3.12	Kisi-kisi Instrumen Sebelum Uji Validitas Kualitas Layanan	51
3.13	Output Uji Validitas Kualitas Layanan	52
3.14	Kisi-kisi Instrumen Setelah Uji Validitas Kualitas Layanan	52
3.15	Kisi-kisi Instrumen Sebelum Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	53
3.16	Output Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	53
3.17	Kisi-kisi Instrumen Setelah Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	54
3.18	Hasil Uji Reabilitas	55
4.1	Penyebaran Kuisisioner	60
4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.3	Profil Responden Berdasarkan Usia	61
4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	61
4.5	Output Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan	62
4.6	Output Analisis Deskriptif Promosi	64
4.7	Output Analisis Deskriptif Lokasi	66
4.8	Output Analisis Deskriptif Kualitas Layanan	67
4.9	Output Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan	69
4.10	Output Hasil Uji Normalitas	71
4.11	Output Hasil Uji Multikolinearitas	73
4.12	Output Hasil Uji Autokorelasi	74
4.13	Output Hasil Uji Heterokedastisitas	75
4.14	Output Hasil Uji Regresi Struktur 1	77
4.15	Output Hasil Uji Regresi Struktur 1 (Model Summary)	77
4.16	Output Hasil Uji Regresi Struktur 2	79
4.17	Output Hasil Uji Regresi Struktur 2 (Model Summary)	79
4.18	Rekapitulasi Hipotesis dan Analisis Jalur	80
4.19	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Loyalitas Pelanggan	84
4.20	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Promosi	85
4.21	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Lokasi	86
4.22	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Kualitas Layanan	86
4.23	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Kepuasan Pelanggan	87

## DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Berpikir Teoritis	33
3.1	Analisis Jalur 1	59
3.2	Analisis Jalur 2	59
4.1	Presentase Kuisisioner Loyalitas Pelanggan	63
4.2	Presentase Kuisisioner Promosi	65
4.3	Presentase Kuisisioner Lokasi	66
4.4	Presentase Kuisisioner Kualitas Layanan	68
4.5	Presentase Kuisisioner Kepuasan Pelanggan	69
4.6	Output P-Plot Uji Normalitas	72
4.7	Output Histogram Uji Normalitas	72
4.8	Output Uji Heterokedastisitas Scatterplot	76
4.9	Struktur 1 Analisis Jalur	76
4.10	Hasil Struktur 1 Setelah Pengolahan Data	78
4.11	Struktur 2 Analisis Jalur	78
4.12	Hasil Struktur 2 Setelah Pengolahan Data	80

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Tabel	Halaman
	Output SPSS Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	100
	Output SPSS Hasil Uji Validitas Promosi	101
	Output SPSS Hasil Uji Validitas Lokasi	102
	Output SPSS Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	103
	Output SPSS Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	104
	Output SPSS Hasil Uji Reabilitas Semua Variabel	105