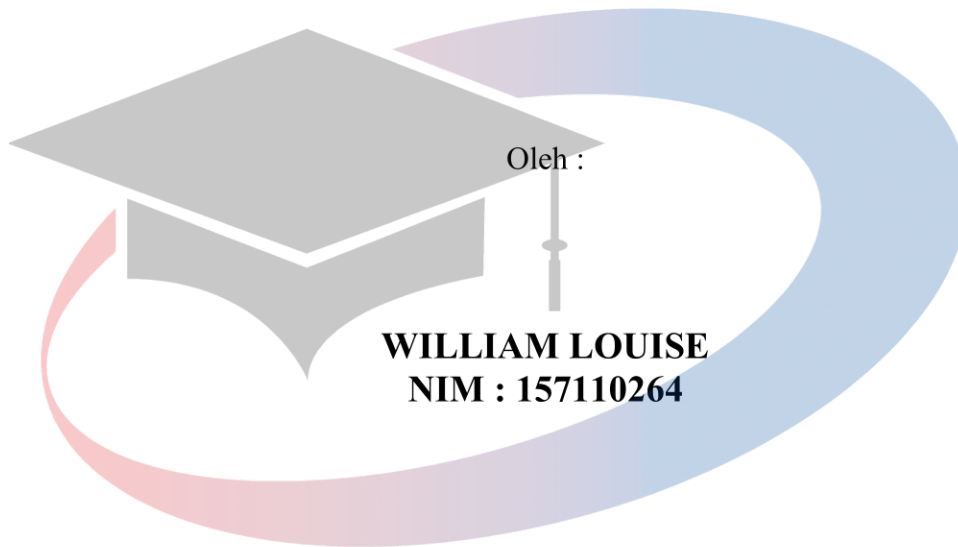


**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
CV MURNI JAYA MEDAN**

**SKRIPSI**

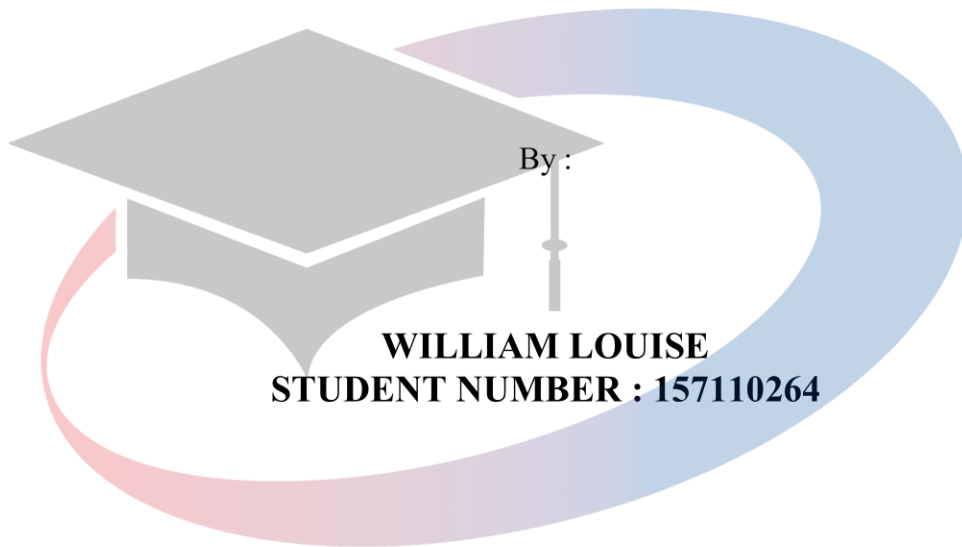


UNIVERSITAS  
MIKROSIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSIL  
MEDAN  
2019**

**THE INFLUENCE OF PRICE, SERVICE QUALITY, LOCATION,  
AND PROMOTION TOWARD CONSUMER LOYALTY AT  
CV MURNI JAYA MEDAN**

**FINAL RESEARCH**



UNIVERSITAS  
MIKROSIL

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSIL  
MEDAN  
2019**

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
CV MURNI JAYA MEDAN

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh:

**WILLIAM LOUISE**  
**NIM : 157110264**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,



(Ir. Mbayak Ginting, S.Kom, M.M)

Medan, 20 Agustus 2019  
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi  
Manajemen,



(Sugianta Ovinus Ginting, S.E, M.M)

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : William Louise  
NIM : 15710264  
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Promosi, Terhadap Loyalitas Konsumen CV Murni Jaya Medan  
Tempat Penelitian : CV Murni Jaya  
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Ubi No. 18/6c, Petisah Hulu, Medan Baru, Medan

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun yang dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 20 Agustus 2019  
Saya yang membuat pernyataan

  
William Louise

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan, promosi terhadap loyalitas konsumen CV Murni Jaya Medan, baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dari CV Murni Jaya pada tahun 2013-2018 sebanyak 348 konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan, harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,514 atau 51,4%, artinya loyalitas konsumen dijelaskan oleh harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan promosi sebesar 51,4% sedangkan sisanya sebesar 48,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** *Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, Loyalitas Konsumen*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, service quality, location, and promotion on consumer loyalty at CV Murni Jaya Medan, both simultaneously and partially. The type of research used is quantitative research with descriptive approach. The population in this study are 348 CV Murni Jaya consumers from 2013-2018. The sampling technique used is *purposive sampling* with a total sample of 95 responders. The data analysis method used is multiple linear analysis. Based on the results of the study, partially, price, service quality, and location affect consumer loyalty, while promotion does not affect consumer loyalty. Simultaneously, price, service quality, location, and promotion influence consumer loyalty. Adjusted R Square value is 0,514 or 51,4%, meaning that consumer loyalty is explained by price, service quality, location, and promotion as much as 51,4%, while the remaining 48,6% is explained by other variables not examined in this research.

**Keywords** : *Price, Service Quality, Location, Promotion, Consumer Loyalty*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen CV Murni Jaya Medan”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom, M.M, selaku Dosen Pembimbing I dan sekaligus ketua STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan bimbingan, saran serta pengarahan dalam penulisan skripsi.
2. Ibu Maggee Senata, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing dan sekaligus Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan bimbingan, saran serta pengarahan dalam penulisan skripsi.
3. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Saliman, S.T., selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
7. Bapak dan Ibu Dosen STIE Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Seluruh responden atau konsumen CV Murni Jaya yang telah meluangkan waktu mengisi kuesioner yang penulis bagikan.
9. Bapak Salem Wahap selaku pemilik CV Murni Jaya karena telah memberikan izin melakukan penelitian pada tempat usahanya.
10. Kedua orang tua, kakak, nenek, dan teman-teman penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
11. Teman-teman Manajemen Pemasaran angkatan 2015 yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 20 Agustus 2019

Penulis,

William Louise



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penilitan .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Originalitas .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.2 Loyalitas Konsumen .....	10
2.1.3 Harga .....	12
2.1.4 Kualitas Pelayanan .....	18
2.1.5 Lokasi .....	22
2.1.6 Promosi .....	25
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Konseptual .....	32
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	33
2.4.1 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	33
2.4.2 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen .	33
2.4.3 Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen .....	34
2.4.4 Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen .....	34

2.4.5 Pengaruh Variabel Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	36
3.2 Objek Penelitian .....	36
3.3 Populasi dan Sampel .....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	38
3.6 Metode Analisis Data .....	40
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif .....	40
3.6.2 Pengujian Kualitas Data .....	40
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	41
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
3.6.5 Pengujian Hipotesis .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	48
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	48
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	48
4.1.3 Gambaran Umum Responden .....	49
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif .....	49
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data .....	53
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	59
4.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis .....	64
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	66
4.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	66
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	67
4.2.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen .....	67
4.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen .....	68
4.2.5 Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>

5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>118</b>



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	60
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot .....	60
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Dengan Grafik Scatterplot.....	62



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Konsumen Loyal CV Murni Jaya.....	3
Tabel 1.2 Perbandingan Harga CV Murni Jaya .....	4
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel .....	37
Tabel 3.2 Skala Likert .....	38
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	50
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	50
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Lokasi ( $X_3$ ) .....	51
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Promosi ( $X_4$ ).....	52
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....	52
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Harga ( $X_1$ ).....	53
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).....	54
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_3$ ) .....	55
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Promosi ( $X_4$ ).....	56
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....	57
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Harga ( $X_1$ ).....	58
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).....	58
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Variabel Lokasi ( $X_3$ ).....	59
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Variabel Promosi ( $X_4$ ) .....	59
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	59
Tabel 4.19 Uji Kolmogorov-Smirnov .....	61
Tabel 4.20 Uji Multikolonieritas.....	61
Tabel 4.21 Uji <i>Glejser</i> .....	62
Tabel 4.22 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F) .....	64
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji-t).....	65
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	79
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS.....	96
Lampiran 4 Tabel Distribusi .....	109



# UNIVERSITAS MIKROSKIL