

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI KASUS : CHATIME Di SUZUYA BINJAI)**

SKRIPSI

Oleh :

**LIANNY CANDRA
NIM. 212110462**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2025**

**THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION, AND SERVICE
QUALITY ON CONSUMER LOYALTY
(CASE STUDY: CHATIME At SUZUYA BINJAI)**

FINAL RESEARCH

By :

**LIANNY CANDRA
NIM. 212110462**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
BUSINESS FACULTY
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI KASUS : CHATIME) DI KOTA BINJAI**

SKRIPSI

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

Oleh :

**LIANNY CANDRA
NIM. 212110462**

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



Apren Halomoan Hutasiot.S.E..M.Si.

Dosen Pembimbing II,



Rayu Sri Wahyuni S.H..M.M.

Medan, 18 Agustus 2025
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Suci Pertiwi.S.E..M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

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

NIM : Lianny Candra
Nama : 212110462

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Chatime di Suzuya Binjai)
Tempat Penelitian : Jl. Sutomo No.21, Pahlawan, Kecamatan Binjai Utara , Kota Binjai,20743
Alamat Penelitian :Jl. Jendral Sudirman No. 21, Pahlawan, Kecamatan Binjai Utara , Kota Binjai, 20743
No. Telp. : 081511759999

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas 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 Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas 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 atau buku.

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

Medan, 18 Agustus 2025

Lianny Candra,



ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Chatime di Suzuya Binjai. Latar belakang penelitian ini adalah persaingan ketat di industri minuman kekinian, yang menjadikan loyalitas konsumen sebagai faktor kunci keberlanjutan bisnis. Pra - survei menunjukkan adanya tantangan terkait persepsi harga dan kualitas pelayanan yang mendorong penelitian lebih lanjut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan dari 96 responden melalui kuesioner. Teknik analisis yang diterapkan mencakup statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis (uji – t dan uji – F).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Secara khusus, kualitas pelayanan menunjukkan rata – rata skor tertinggi, mengindikasikan tingkat kepuasan responden yang tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi strategi penetapan harga yang kompetitif, promosi yang efektif, dan fokus pada kualitas pelayanan sangat penting untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen, Chatime.*

ABSTRACT

This study analyzes the influence of price, promotion, and service quality on consumer loyalty at Chatime in Suzuya Binjai. The background of this research is the intense competition in the contemporary beverage industry, which makes consumer loyalty a key factor in business sustainability. A pre-survey revealed challenges related to price perceptions and service quality, prompting further research.

This study used a descriptive quantitative method. Data were collected from 96 respondents via questionnaire. The analysis techniques applied included descriptive statistics, validity and reliability tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t-test and F-test).

The results indicate that price, promotion, and service quality have a positive and significant influence on consumer loyalty, both partially and simultaneously. Specifically, service quality demonstrated the highest average score, indicating a high level of respondent satisfaction. These findings confirm that a combination of competitive pricing strategies, effective promotions, and a focus on service quality are crucial for building and maintaining customer loyalty.

Keywords : Price, Promotion, Service Quality, Consumer Loyalty, Chatime.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat-Nya sehingga karya tulis yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus : Chatime di Suzuya Binjai). Dapat diselesaikan penulis dengan maksimal sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya tidak lepas dari bimbingan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Apren Halomoan Hutasiot,S.E.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan waktu, bimbingan, serta petunjuk kepada penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.
2. Ibu Rayu Sri Wahyuni S.H.,M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktu, bimbingan, serta petunjuk kepada penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom.,M.Sc.,Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Sugianta Ovianus Ginting, S.M.,M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi,S.E.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dan Dosen Wali yang inspiratif dan selalu memberikan motivasi serta dukungan selama perkuliahan mulai dari semester I sampai dengan semester VII.
6. Ibu Fanny,S.M.,M.E.R., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.
7. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan motivasi ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
8. Orang tua dan keluarga penulis yang telah mendidik, mendoakan, dan mendukung penulis dari awal hingga akhir.

9. Responden penulis, terima kasih juga diucapkan penulis kepada teman – teman yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan. Berkat responden, peneliti dapat mengolah data dan menyesuaikan skripsi ini.
10. Pihak – pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, baik dalam ejaan, kosakata, maupun isi. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang kemudian akan digunakan sebagai evaluasi.

Medan, 18 Agustus 2025

Lianny Candra,



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Ruang Lingkup	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Originalitas Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Manajemen Pemasaran	11
2.2.1. Loyalitas Konsumen	12
2.2.1.1. Pengertian Loyalitas Konsumen	12
2.2.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	13
2.2.1.3. Karakteristik Loyalitas Konsumen	14
2.2.1.4. Indikator Loyalitas Konsumen	15
2.2.2. Harga	15
2.2.2.1. Pengertian Harga	15
2.2.2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Harga	16
2.2.2.3. Strategi Menetapkan Harga	17
2.2.2.4. Indikator Harga	18
2.2.3. Promosi	19
2.2.3.1. Pengertian Promosi	19
2.2.3.2. Tujuan Promosi	19
2.2.3.3. Jenis Promosi	20
2.2.3.4. Indikator Promosi	21
2.2.4. Kualitas Pelayanan	22

2.2.4.2. Prinsip Kualitas Pelayanan.....	23
2.2.4.3. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	24
2.2.4.4. Indikator Kualitas Pelayanan.....	25
2.2. Kerangka Konseptual.....	26
2.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
2.3.2. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3.4. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	29
BAB III.....	30
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Jenis Penelitian.....	30
3.2. Objek Penelitian	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data	30
3.4. Populasi Dan Sampel.....	32
3.4.1. Populasi.....	32
3.4.2. Sampel	32
3.5. Definisi Operasional Variabel	33
3.6. Metode Pengumpulan Data	36
3.7. Metode Analisis Data	37
3.7.1. Statistik Deskriptif	37
3.7.2. Uji Validitas	37
3.7.3. Uji Reliabilitas	38
3.7.4. Uji Asumsi Klasik	38
3.7.4.1. Uji Normalitas.....	38
3.7.4.2. Uji Multikolinearitas	39
3.7.4.3. Uji Heteroskedasitas.....	40
3.7.5. Analisa Regresi Linear Berganda	40
3.7.6. Uji Hipotesis.....	41
3.7.6.1. Pengujian Secara Simultan.....	41
3.7.6.2. Pengujian Secara Parsial	41
3.7.6.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43

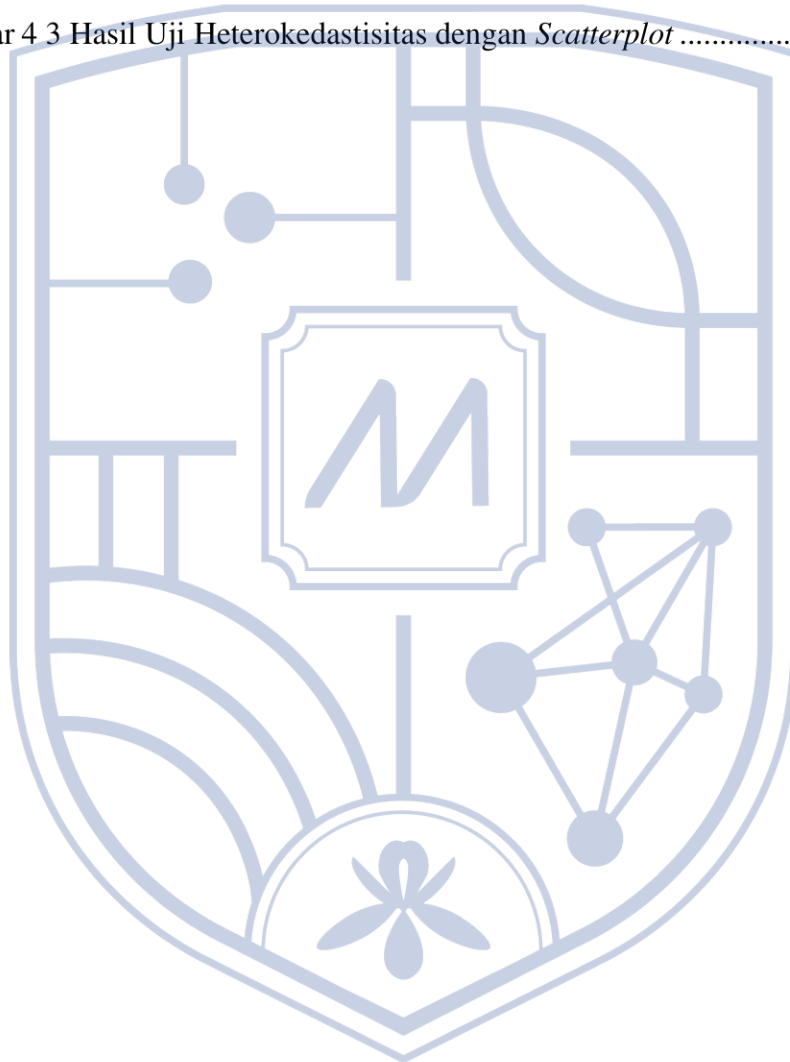
4.1. Hasil Penelitian.....	43
4.1.1. Karakteristik Responden.....	43
4.1.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	44
4.1.2.1. Uji Validitas	44
4.1.2.2. Uji Reliabilitas.....	45
4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian	46
4.1.3.1. Penilaian Pelanggan Chatime di Suzuya Binjai terkait Harga.....	47
4.1.3.2. Penilaian Pelanggan Chatime di Suzuya Binjai terkait Promosi	49
4.1.3.3. Penilaian Pelanggan Chatime di Suzuya Binjai terkait Kualitas Pelayanan ..	52
4.1.3.4. Penilaian Pelanggan Chatime di Suzuya Binjai terkait Loyalitas Konsumen	55
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	57
4.1.4.1. Uji Normalitas	57
4.1.4.2. Uji Multikolinearitas.....	59
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas	60
4.1.5. Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.1.6. Uji Hipotesis.....	62
4.1.6.1. Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik – t)	62
4.1.6.2. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	62
4.1.6.3. Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	63
4.2. Pembahasan	63
4.2.1. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	64
4.2.2. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen	64
4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	65
4.2.4. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas	
Konsumen	66
BAB V	67
KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-survei Harga Chatime Suzuya Binjai	3
Tabel 1. 2 Hasil Pra-survei Promosi Chatime Suzuya Binjai.....	5
Tabel 1. 3 Hasil Pra-survei Kualitas Pelayanan	6
Tabel 3. 1 Bobot Nilai Setiap Pernyataan.....	31
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel	36
Tabel 4 1 Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4 2 Usia Responden.....	43
Tabel 4 3 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	44
Tabel 4 4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	45
Tabel 4 5 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Harga	47
Tabel 4 6 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Promosi.....	49
Tabel 4 7 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Kualitas Pelayanan</i>	53
Tabel 4 8 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test	59
Tabel 4 9 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4 10 Hasil Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4 11 Hasil Uji Statistik-t.....	62
Tabel 4 12 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4 13 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1Diagram Lingkaran Brand yang paling banyak dikonsumsi	2
Gambar 2 1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4 1 Uji Normalitas Data dengan Pendekatan Histogram	58
Gambar 4 2 Uji Normalitas dengan grafik normal probability plot	59
Gambar 4 3 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan <i>Scatterplot</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data	71
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	79
Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik	86
Lampiran 4 Hasil Uji Hipotesis.....	88

