

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
PADA KONSUMEN ALFAMART KOTA SALATIGA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada
Program Studi Manajemen
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

AJI CATUR PRASETYO

212019101

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR



FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aji Catur Prasetyo
NIM : 212019101
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir:

Judul : Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas
Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Alfamart
Salatiga
Pembimbing : Roos Kities Andadari.S.E., MBA.,Ph.D
Tanggal diuji : 29 November 2023

adalah benar-benar karya saya.

Di dalam kertas ini tidak dapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Salatiga, 12 Oktober 2023

Yang Memberi Pernyataan



Aji Catur Prasetyo

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Kertas Kerja : Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas
Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Konsumen
Alfamart Kota Salatiga

Nama Mahasiswa : Aji Catur Prasetyo

NIM : 212019101

Program Studi : S1 Manajemen

Menyetujui



Roos Kifias Andadari, S.E., MBA., Ph.D

Pembimbing

Mengesahkan



Immanuel Mudea Sakti, S.E., M.Sc.

Kepala Program Studi S1 Manajemen

Diyatakan Lulus Ujian Pada Tanggal 30 November 2023

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sebagai segala pertolongan, rahmat, kasih sayangNya dan atas berkat karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing Tugas Akhir saya. Kepada :

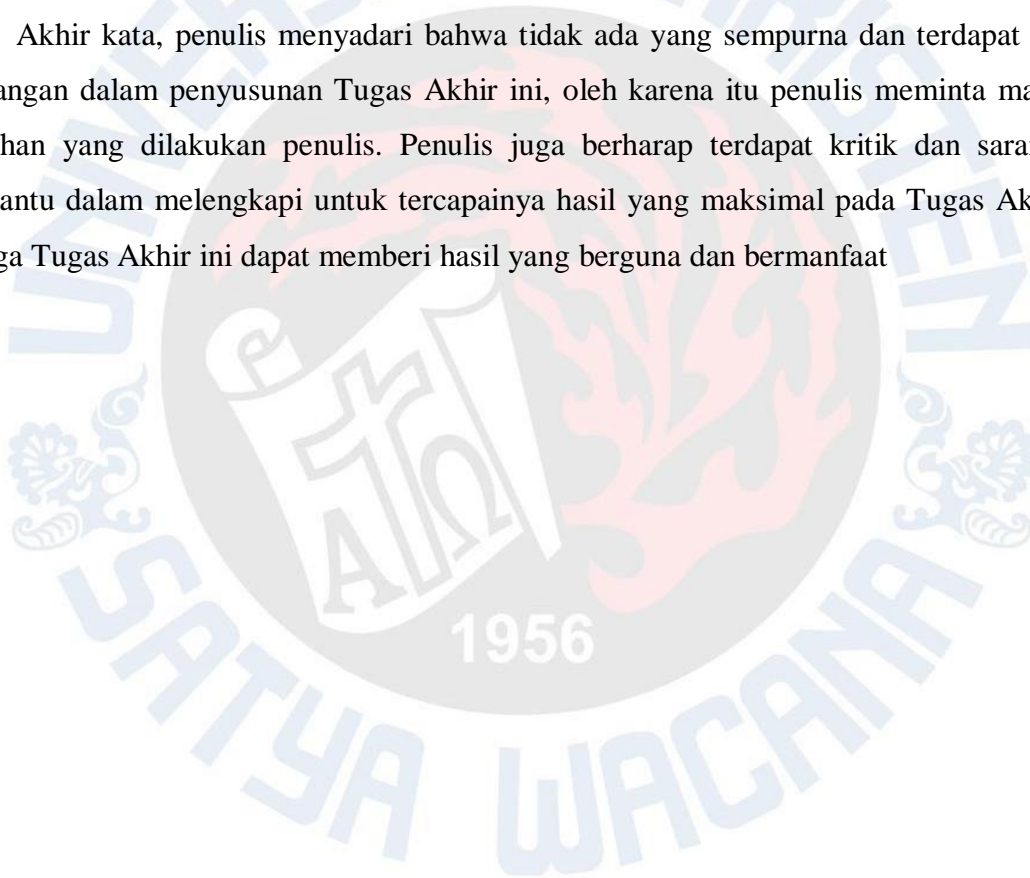
1. Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua saya ayah, ibu, serta kakak-kakak saya yang telah mendukung secara material, moril, spiritual kepada penulis selama kuliah hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Dr. Yefta Andi Kus Noegroho, SE., MSi., Ak., CMA., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga
4. Imanuel Madea Sakti, S.E., M.Sc. selaku Kaprodi S1 Manajemen
5. Roos Kities Andadari, S.E., MBA., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan arahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir
6. Prof. Apriani Dorkas Rambu Atahau, S.E., M.Com., Ph.D selaku dosen wali selama menempuh pendidikan S1 di FEB UKSW
7. Sahabat seperjuangan saya selama di perkuliahan yang sudah membantu dan memberi dukungan selalu kepada saya, yaitu Kenan Fernando, Theo Ardhikta, Mayse Tingginehe, Tila Aryantini Tandi, Shenda Junetta.
8. Sahabat dan rekan saya yang berada diluar Universitas Kristen Satya Wacana yang juga turut mendukung saya selalu dan membantu menyebarkan kuesioner saya ,Budiman Akbar Tanjung, Alia Sabila, Harlinda Nur Tasya, Doni Adi Pamungkas, Riski Kurniawan, Maulana Dzakwan, Anindita Alya dan yang Namanya tidak saya bisa sebut satu-satu.
9. Mantan pacar saya yang tidak melupakan saya dan selalu memberikan dukungan saya Najela Intan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sebagai segala pertolongan, rahmat, kasih sayangNya dan atas berkat karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Alfamart Salatiga ” sebagai syarat menyelesaikan studi prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Kristen Satya Wacana.

Tugas akhir saya berisi mengenai pengaruh dari variabel produk, harga, dan promosi dalam mencapai titik loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen. Penelitian saya lakukan oleh konsumen Alfamart yang ada di Salatiga.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna dan terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, oleh karena itu penulis meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan penulis. Penulis juga berharap terdapat kritik dan saran yang membantu dalam melengkapi untuk tercapainya hasil yang maksimal pada Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberi hasil yang berguna dan bermanfaat



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB 2 KAJIAN LITERATUR.....	8
2.1 Latar Belakang Literatur	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3 Perilaku Konsumen	12
2.1.4 Produk.....	13
2.1.5 Harga.....	14
2.1.6 Promosi	15
2.1.7 Kepuasan Konsumen	16
2.1.8 Loyalitas Konsumen	18
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.2.1 Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	19
2.2.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	20
2.2.3 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	20
2.2.4 Pengaruh Produk terhadap Loyalitas Konsumen.....	21
2.2.5 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	21
2.2.6 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen.....	22
2.2.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	23
2.2.8 Pengaruh Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Produk, Harga, Dan Promosi	

Terhadap Loyalitas Konsumen	23
2.3 Kerangka Penelitian	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	26
3.5 Metode Analisis Data	28
3.5.1 Statistik Deskriptif	28
3.5.2 Uji Kualitas Data	29
3.5.2.1 Uji Validitas	29
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	29
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	29
3.5.3.1 Uji Normalitas	29
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	30
3.5.3.3 Uji Homoskedastisitas.....	30
3.5.3.4 Uji Autokorelasi	31
3.5.4 Uji Analisis Jalur.....	31
3.5.5 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	32
3.5.6 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	32
3.5.7 Uji Koefisien Determinasi R – Square (R ²).....	32
3.5.8 Uji Mediasi	33
BAB 4 HASIL ANALISIS DATA	34
4.1 Statistik Deskriptif.....	34
4.1.1 Profil Responden.....	34
4.1.2 Variabel Penelitian.....	35
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
4.3 Pengujian Variabel Independen terhadap Dependen	43
4.3.1 Pengujian Normalitas Residual	43
4.3.2 Pengujian Heterokedastisitas.....	44
4.3.3 Pengujian Multikolinier.....	45
4.3.4 Pengujian Autokorelasi.....	45
4.3.5 Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).....	46
4.3.6 Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	46
4.3.7 Pengujian Koefisien Determinasi R – Square (R ²).....	48
4.4 Analisis Jalur	48
4.4.1 Evaluasi Analisis Jalur Struktur Pertama.....	49
4.4.1.1 Pengujian Normalitas Residual	49

4.4.1.2	Pengujian Heteroskedastisitas	50
4.4.1.3	Pengujian Multikolinier	51
4.4.1.4	Pengujian Autokorelasi	51
4.4.1.5	Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	52
4.4.1.6	Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	53
4.4.1.7	Pengujian Koefisien Determinasi R – Square (R^2)	54
4.4.2	Evaluasi Analisis Jalur Struktur Kedua	54
4.4.2.1	Pengujian Normalitas Residual	54
4.4.2.2	Pengujian Heterokedastisitas	56
4.4.2.3	Pengujian Multikolinier	57
4.4.2.4	Pengujian Autokorelasi	57
4.4.2.5	Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	57
4.4.2.6	Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	58
4.4.2.7	Pengujian Koefisien Determinasi R – Square (R^2)	59
4.5	Uji Mediasi	60
4.5.1	Uji Mediasi X1	60
4.5.2	Uji Mediasi X2	60
4.5.3	Uji Mediasi X3	61
BAB 5 SINTESIS HASIL PENELITIAN		62
5.1	Kaitan antara Produk dan Kepuasan Konsumen	62
5.2	Kaitan antara Harga dan Kepuasan Konsumen	63
5.3	Kaitan antara Promosi dan Kepuasan Konsumen	64
5.4	Kaitan antara Produk dan Loyalitas Konsumen	65
5.5	Kaitan antara Harga dan Loyalitas Konsumen	65
5.6	Kaitan antara Promosi dan Loyalitas Konsumen	65
5.7	Kaitan antara Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen	66
5.8	Kaitan antara Kepuasan Konsumen sebagai peubah Pemediasi pada Pengaruh antara Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen	67
BAB 6 KESIMPULAN		68
6.1	Hasil Analisis Penelitian	68
6.2	Kontribusi Literatur	69
6.3	Implikasi Manajerial	69
6.4	Keterbatasan penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		87

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1 Ritel dengan Nilai Konsumen Tertinggi di Indonesia	3
Tabel 1.2 Jumlah gerai Alfamart Tahun 2012-2021	4
Tabel 2.1 Kerangka Penelitian	18
Tabel 4.1 Diagram Uji Normalitas Residual (<i>PP Plot Standardized Residual</i>).....	34
Tabel 4.2 Diagram <i>Scatter Plot</i> Uji Heterokedastisitas.....	35
Tabel 4.3 iagram Uji Normalitas Residual (<i>PP Plot Standardized Residual</i>).....	40
Tabel 4.4 Diagram <i>Scatter Plot</i> Uji Heterokedastisitas.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	20
Tabel 3.2 Tingkat Hubungan Koefisien Determinasi	26
Tabel 4.1 Karakteristik Demografik	28
Tabel 4.2 Interpretasi Penilaian Rerata	28
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Penelitian.....	28
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Produk.....	29
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Harga.....	29
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Promosi	29
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen	29
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	30
Tabel 4.9 Validitas.....	31
Tabel 4.10 Reliabilitas	32
Tabel 4.11 Uji Normalitas	34
Tabel 4.12 Uji Heterokedastisitas.....	35
Tabel 4.13 Uji Multikolinear	36
Tabel 4.14 Uji Autokorelasi.....	36
Tabel 4.15 Uji Keseluruhan/ Statistik F.....	37
Tabel 4.16 Uji Parsial.....	38
Tabel 4.17 R square	39
Tabel 4.18 Uji Normalitas	40
Tabel 4.19 Uji Heterokedastisitas.....	41
Tabel 4.20 Uji Multikolinear	42
Tabel 4.21 Uji Autokorelasi.....	42
Tabel 4.22 Uji Keseluruhan/ Statistik F.....	43

Tabel 4.23 Uji Parsial	43
Tabel 4.24 R square	44

DAFTAR LAMPIRAN

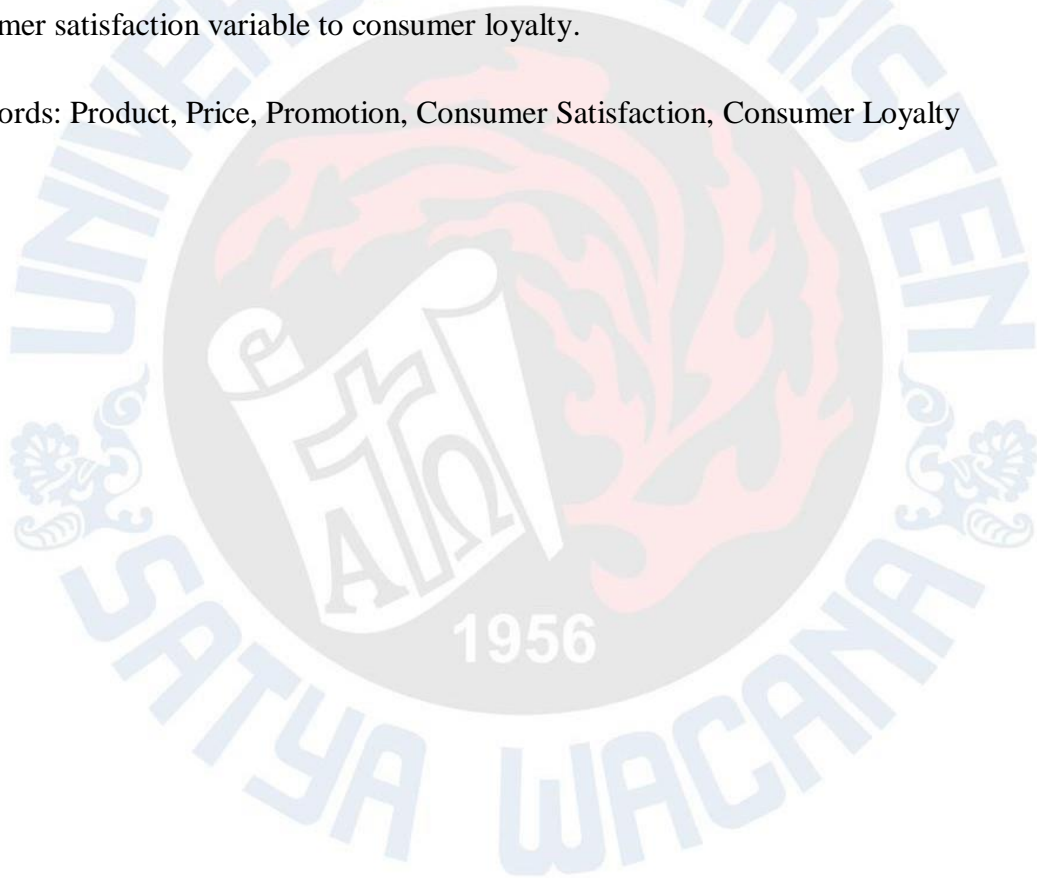
Lampiran 1. Demografik	66
Lampiran 2. Statistik Deskriptif	67
Lampiran 3. Validitas dan Reliabilitas	67
Lampiran 4. Regresi Linear	72
Lampiran 5. Daftar Pertanyaan	77



ABSTRACT

Alfamart has become one of the biggest retail players in Indonesia. Various retail companies have experienced setbacks and even bankruptcy, but Alfamart remains victorious and even stronger in the midst of Indonesia's economic climate. To be able to determine the sustainability of Alfamart, this study aims to conduct an investigation related to consumer loyalty with its relation to product, price, and promotion variables mediated by consumer satisfaction. The type of data used is primary with a sample of 100 Alfamart consumers in Salatiga. Processing of statistical analysis using multiple linear regression analysis method with SPSS 26 application. The results showed that product, price, and promotion had a positive and significant effect on consumer satisfaction followed by a positive significance also from consumer satisfaction variable to consumer loyalty.

Keywords: Product, Price, Promotion, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty



ABSTRAK

Alfamart telah menjadi salah satu pemain retail terbesar di Indonesia. Berbagai perusahaan retail telah mengalami kemunduran bahkan kebangkrutan, namun Alfamart tetap berjaya dan bahkan makin perkasa di Tengah iklim perekonomian Indonesia. Untuk dapat mengetahui keberlanjutan Alfamart maka penelitian ini bertujuan untuk melakukan penyelidikan terkait loyalitas konsumen dengan kaitannya dalam variabel produk, harga, dan promosi dengan dimediasi kepuasan konsumen. Jenis data yang digunakan adalah primer dengan pengambilan sampel sebanyak 100 orang konsumen Alfamart yang berada di Salatiga. Pengolahan analisis statistika menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang diikuti signifikansi positif secara dominan dari variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promo

