

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Penelitian Pada Dya Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Siliwangi

Oleh :

**FACHRUL SEPTIAN DWIPUTRA
NPM. 133402429**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Penelitian Pada Dya Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya)

SKRIPSI

Oleh :

**FACHRUL SEPTIAN DWIPUTRA
NPM. 133402429**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen, Telah Disetujui Tim Pembimbing
Pada Tanggal Seperti Tertera Di Bawah Ini

Tasikmalaya, 29 Maret 2022

Pembimbing I,



Ane Kurniawati, S.E., M.Si.
NIDN. 0415027101

Pembimbing II,

Alfin Nur Fahmi Mufreni, S.E., M.T.
NIDN. 0415098202

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Koordinator Program Studi
Manajemen,

Prof. Dr. H. Dedi Kusmayadi, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA.
NIDN. 0413116801

Gusti Tia Ardiani, S.E., M.M.
NIDN. 0426017801

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Fachrul Septian Dwiputra
Tempat/Tanggal lahir : Sumedang,21 September 1993
NIM : 133402429
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Siliwangi maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali ditulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Siliwangi.

Tasikmalaya, 31 Maret 2022
Yang membuat pernyataan,

FACHRUL SEPTIAN DWIPUTRA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan” Usulan penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

Selama Usulan penelitian ini, tentunya penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua yang selama ini selalu mendukung dalam segi finansial maupun nonfinansial serta selalu mendoakan dimanapun berada dan memberikan kasih sayang penuh sehingga dapat menyelesaikan pendidikan perguruan tinggi.
2. Prof. Dr. H. Rudi Priyadi, Ir, MS., Selaku Rektorat Universitas Siliwangi Tasikamaya.
3. Drs. H. Dedi Kusmayadi SE., M.Si., AK., C.A, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
4. Gusti Tia Ardiani SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikamalaya sekaligus wali dosen Manajemen.
5. Elis Listiana, M.SE., MM Selaku ketua Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

6. Ane Kurdniawati, SE., M.Si. Selaku pembimbing I yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun naskah usulan penelitian.
7. Alfin Nur Fahmi Mufreni, SE., M.T Selaku pembimbing II yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun naskah usulan penelitian.
8. Teman-teman angkatan 2013, Khususnya Manajemen 2013 yang selalu mendukung dan saling mendoakan dalam penulisan naskah skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian proposal ini

Rasa hormat dan terimakasih yang mendalam bagi semua pihak yang sudah memberi dukungan serta mendoakan, mohon maaf penulis tidak dapat menyebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas atas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis karena telah memberikan dukungan yang penuh terhadap penulis.

Tasikmalaya, Desember 2019

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Penelitian Pada Dya Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya)

Oleh:

FACHRUL SEPTIAN DWIPUTRA

NPM. 133402429

Pembimbing I : Ane Kurniawati, SE., M.Si

Pembimbing II : Alfin Nur Fahmi Mufreni, SE., M.T

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis gambaran kualitas produk, lokasi, promosi dan loyalitas pelanggan Dya Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap loyalitas pelanggan secara parsial dan simultan Dya Bordir Kawalu Kota Tasikmalaya

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis metode survei. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen off line Dya Bordir

Dengan Menggunakan analisis jalur, penelitian menemukan bahwa baik secara simultan maupun parsial variabel X terhadap Y (loyalitas pelanggan) sehingga teruji kebenarannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung Variabel produk (X_1) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,0501. Pengaruh variabel Harga secara keseluruhan (total) terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.182. Pengaruh langsung variabel lokasi (X_2) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0.114. Pengaruh lokasi secara keseluruhan (total) terhadap Loyalitas pelanggan sebesar 0.295. Pengaruh langsung variabel promosi perusahaan (X_3) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0.183. Promosi Perusahaan secara keseluruhan (total) terhadap Loyalitas pelanggan sebesar 0.377. Pengaruh total variabel produk (X_1), lokasi (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0.855

Kata kunci: Produk, lokasi dan Promosi Terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Tempat dan Waktu Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Kualitas Produk	9
2.1.2 Lokasi	14
2.1.3 Promosi	17
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	21
2.2 Kerangka Pemikiran	32

2.3 Hipotesa Penelitian	34
-------------------------------	----

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	40
3.1.1 Sejarah singkat perusahaan	40
3.1.2 Aspek kegiatan perusahaan	40
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.2.1 Variabel dan Operasional Penelitian.....	41
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.2.3 Populasi Sasaran.....	44
3.2.4 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.3 Paradigma Penelitian.....	46
3.4 Teknik Analisis Data.....	46

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	55
4.2 Pembahasan.....	70

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel dan Indikator Penelitian “Pengaruh ualitas produk, lokasi dan promosi Terhadap Loyalitas pelanggan”	42
Tabel 3.2	Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban	46
Tabel 3.3	Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas.....	47
Tabel 3.4	Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif	48
Tabel 3.5	Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	48
Tabel 3.6	Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif	4
Tabel 3.7	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r.....	51
Tabel 3.8	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Variabel Bebas (Independen) Terhadap Variabel Terikat (Dependen).....	53
Tabel 4.1	Klasifikasi Penilaian Variabel Kualitas Produk Tiap Pertanyaan.....	56
Tabel 4.2	Rekapitulasi Variabel Kualitas produk Dya Bordir	56
Tabel 4.3	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Kualitas produk (X1) Keseluruhan	57
Tabel 4.4	Klasifikasi Penilaian Variabel Lokasi Tiap Pertanyaan	58
Tabel 4.5	Rekapitulasi Variabel Lokasi Dya Bordir.....	59
Tabel 4.6	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Lokasi (X2) Keseluruhan	60
Tabel 4.7	Klasifikasi Penilaian Variabel Promosi Tiap Pertanyaan	61
Tabel 4.8	Rekapitulasi Variabel Promosi Dya Bordir	61
Tabel 4.9	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Promosi (X3) Keseluruhan	62
Tabel 4.10	Klasifikasi Penilaian Variabel Loyalitas Tiap Pertanyaan	63
Tabel 4.11	Rekapitulasi Variabel Loyalotas Pelanggan Dya Bordir	64

Tabel 4.12	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Loyalitas (X3) Keseluruhan	65
Tabel 4.13	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung kualitas produk (X1), Lokasi (X2) dan Promosi (X3) terhadap Loyalitas pelanggan (Y)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.3. Diagram jalur.....	52
Gambar 4.2 Hubungan Struktural antara Variabel X_1 , X_2 , X_3 Terhadap Y	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Format Kuesioner

Lampiran 2. Master Tabel

Lampiran 3. Hasil SPSS

