

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN INDOMARET DI DAERAH  
SUNTER JAKARTA UTARA**

**Oleh :**

**Nama : Toni**

**NIM : 24130042**

**Skripsi**

**Jurusan Manajemen**

**Konsentrasi Pemasaran**



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**September 2017**

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

## PENGESAHAN

# **PENGARUH PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN INDOMARET DI DAERAH SUNTER JAKARTA UTARA**

**Diajukan oleh**

**Nama : Toni**

**NIM : 24130042**

**Jakarta, 29 September 2017**

**Disetujui oleh :**

**(Ir. Lily Harjati, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2017**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Toni/24130042/2017/Pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Indomaret di daerah Sunter Jakarta Utara /Pembimbing : Ir. Lily Harjati, M.M.

Di tahun 2015, Sektor perekonomian di Indonesia bergerak lambat dan aktivitas dunia usaha kurang bergairah. Hal ini juga diikuti dengan krisis ekonomi dan keuangan global yang menerjang dunia pada saat itu, ditambah lagi dengan harga minyak dunia yang cenderung menurun mempengaruhi kinerja perekonomian di Indonesia. Melambatnya ekonomi di Indonesia tahun 2015 menyebabkan industri ritel pun terkena imbasnya. Salah satu ritel yang beroperasi di Indonesia yaitu Indomaret berhasil bertahan dalam kondisi perekonomian yang menantang. Strategi pemasarannya diintegrasikan dengan kegiatan promosi yang dijalankan secara berkala dengan berbagai metode sesuai dengan jenis produk dan fokus target pasarnya. Berdasarkan kondisi yang terlihat di atas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai bagaimana Indomaret bisa bertahan pada kondisi perekonomian di tahun 2015 sampai sekarang ini dilihat dari promosi pada Indomaret dan juga bagaimana kepuasan serta loyalitas pelanggannya sekarang ini dimana Indomaret masih bisa memiliki target yang lebih besar dibanding tahun – tahun sebelumnya.

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Model untuk penelitian ini adalah pengaruh promosi terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Penelitian dilakukan secara deskriptif untuk mencari gambaran penilaian konsumen dan secara kausal untuk mengambil dan menjelaskan hubungan antar variabel. Disain penelitian dilihat dari perspektif tingkat perumusan masalah, metode pengumpulan data, pengendalian variabel, tujuan penelitian, dimensi waktu, ruang lingkup topic bahasan, ruang lingkup penelitian dan persepsi subjek. Pengumpulan data menggunakan penyebaran kuisioner secara manual untuk 125 data dan menggunakan *google forms* untuk 75 data agar mendapat sampel sebesar 200 yang digunakan untuk mengolah data menggunakan Lisrel-9. Analisis validitas dan reliabilitas kuisioner serta analisis persentase dilakukan menggunakan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif signifikan pada promosi terhadap kepuasan dan juga terhadap loyalitas. Pengaruh langsung promosi terhadap loyalitas lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsungnya yang melalui kepuasan pelanggan.

Kesimpulannya hipotesis penelitian ini terbukti, Indomaret perlu memperhatikan media promosi dan juga *event* yang disponsori agar mendapat respon yang lebih baik dari pelanggannya. Untuk penelitian selanjutnya, variabel diluar penelitian ini dapat dimasukkan seperti *awareness* yang menjadi alasan mengapa respon pelanggan terhadap promosi yang dilakukan Indomaret buruk atau peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain untuk mencari pengaruh bauran pemasaran ritel lainnya terhadap perilaku konsumen.

## ABSTRACT

Toni/24130042/2017/Impact of Promotion on Customer Loyalty through Customer Satisfaction of Indomaret in Sunter North Jakarta/Advisors: Ir. Lily Harjati, M.M.

*In 2015, the economic sector in Indonesia is moving slower and less passionate activity of the business world. This was also followed by the global economic and financial crisis that hit the world at that time, coupled with world oil prices tend to decline affecting the performance of the economy in Indonesia. The economic slowdown in Indonesia in 2015 led to the retail industry was affected. One retailer that operates in Indonesia as Indomaret managed to survive in challenging economic conditions. Integrated marketing strategy with the promotional activities carried out regularly by various methods according to product type and focus of its target market. Under the conditions shown above, researchers are interested in studying how Indomaret can survive the economic conditions in 2015 until now seen on sale at Indomaret and also how satisfaction and customer loyalty today where Indomaret still could have a bigger target than the previous year.*

*Promotion is a form of marketing communication is a marketing activity that seeks to spread information, influence / persuade, and / or remind the target market for the company and its products to be willing to accept, purchase, and loyal to the products offered by the company that related. Model for this study is the effect of promotions on loyalty through customer satisfaction as a mediating variable.*

*Study method are with descriptive study to find a picture of consumer ratings and causally to take and describe relationships between variables. Design research are from the perspective of the level of problem formulation, method of data collection, control variables, the research objectives, the time dimension, the scope of the topic of discussion, the scope of research and the perception of the subject. Collecting data are using questionnaires manually to take 125 data and use googleforms to take 75 data in order to obtain a sample size of 200 that used to process using Lisrel-9. Analysis of the validity and reliability of the questionnaire and the analysis of the percentage performed using SPSS.*

*The results showed significant positive effect of the promotion on satisfaction and loyalty. The direct effect of promotion on loyalty is greater than its indirect influence through customer satisfaction.*

*The conclusion of this research hypothesis is proven, Indomaret need to pay attention to media campaigns and events sponsored in order to get a better response from customers. For further research, the variables outside of this research can be included as awareness is the reason why the customer response to Indomaret's promotions are bad or researcher can add other variables to look for other retail marketing mix influence on consumer behavior.*





## KATA PENGANTAR

Namo Sanghyang Adi Buddhaya, Namo Buddhaya. Terpujilah Sanghyang Adi Buddha, Tuhan yang Maha Esa, Sang Tri Ratna, serta Boddhisatva-Mahasatva karena berkat pancaran cinta kasih yang tanpa batas serta dukungan karma baik akhirnya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat yang wajib diselesaikan oleh para mahasiswa untuk lulus dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.

Penulis diberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian terhadap pelanggan Indomaret yang dimulai pada tanggal 1 Februari 2017 sampai dengan tanggal 1 April 2017.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik karena bimbingan, pengarahan, saran, dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Lily Harjati selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
2. Pihak PT. Indomarco Prismatama yang sudah mengizinkan penyebaran kuisioner di dalam ritel.
3. Bapak Dergibson selaku dosen pembimbing yang telah membantu pengolahan data dalam penelitian ini.
4. Keluarga penulis yang selalu mendukung dan menyertai sampai selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis sehingga dapat menyusun skripsi ini dengan baik.



Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan baik dari segi penulisan kata-kata atau yang lainnya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan minta maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis juga bersedia menerima kritik dan saran dari berbagai pihak sehingga dapat membantu dan mengembangkan pengetahuan penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak PT. Indomarco Prismatama. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 16 Maret 2017

Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© **Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Batasan Penelitian .....	16
E. Rumusan Masalah .....	16
F. Tujuan Penelitian .....	16
G. Manfaat Penelitian .....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	18
A. Landasan Teori .....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	36
C. Kerangka Pemikiran .....	38
D. Model Penelitian .....	40
E. Hipotesis Penelitian .....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	41
A. Objek Penelitian .....	41





B. Desain Penelitian .....	41
<b>C. Variabel Penelitian .....</b>	<b>43</b>
D. Teknik Pengumpulan Data .....	45
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	45
F. Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Uji Kuisisioner .....	62
C. Analisis Deskriptif.....	66
D. Hasil Penelitian.....	67
E. Pembahasan .....	77
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
A. Simpulan.....	80
B. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>
A. Survey Pra Penelitian Identifikasi Masalah.....	84
B. Data untuk Uji Validitas dan Reliabilitas .....	86
C. Data untuk Profil Responden.....	90
D. Analisis Deskriptif.....	91
E. LISREL.....	97
F. Kuisisioner .....	118
G. Foto Responden .....	120

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil pra-penelitian .....	6
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 1.3 <i>Research gap</i> .....	15
Tabel 2.1 <i>Investigating the impact of ‘on sale’ promotional schemes (OSPS) on customer loyalty</i> .....	36
Tabel 2.2 <i>Consumer satisfaction A key factor of consumer loyalty and buying intention of a PDO food product</i> .....	37
Tabel 2.3 Penelitian Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. HASJRAT ABADI MANADO.....	37
Tabel 2.4 Penelitian Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Ritel terhadap Kepuasan dan Hubungannya dengan Loyalitas Pelanggan Plaza Medan Fair di Medan .....	38
Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Promosi.....	44
Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Kepuasan .....	44
Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Loyalitas .....	44
Tabel 3.4 Variabel, model, dan kesalah dalam SEM.....	51
Tabel 3.5 Ukuran-ukuran GOFI .....	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2 Umur Responden.....	61
Tabel 4.3 Pekerjaan .....	61
Tabel 4.4 Belanja / bulan.....	62
Tabel 4.5 Instrumen promosi yang sudah valid dan reliabel.....	65
Tabel 4.6 Instrumen kepuasan yang sudah valid dan reliabel .....	65
Tabel 4.7 Instrumen loyalitas yang sudah valid dan reliabel .....	65
Tabel 4.8 Respon dari pelanggan Indomaret di daerah Sunter (Per Indikator) .....	66

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan dan menyertakan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.9 Respon dari pelanggan Indomaret di daerah Sunter (Per Dimensi) .....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model (Promosi).....	68
Tabel 4.11 Nilai t Promosi.....	69
Tabel 4.12 Nilai t Kepuasan .....	70
Tabel 4.13 Nilai t Loyalitas .....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model (Full SEM) .....	75
Tabel 4.15 Kecocokan Model Struktural.....	76
Tabel 4.16 Analisis Jalur .....	76

Hak cipta milik IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jalur Distribusi Barang Dagangan .....	20
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	40
Gambar 4.1 Logo Indomaret .....	58
Gambar 4.2 CFA Promosi .....	67
Gambar 4.3 CFA Kepuasan .....	70
Gambar 4.4 CFA Loyalitas .....	72
Gambar 4.5 Model Full SEM .....	74

© Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.