

**MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN YANG DIPENGARUHI OLEH PROMOSI PENJUALAN,
PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK**

(Studi empiris pembelian Smartphone merek Oppo di Surya Phone cabang Antasari)

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Doni Arianto

2011102431163



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
Juli 2024**

**MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN YANG DIPENGARUHI OLEH PROMOSI PENJUALAN,
PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK**

(Studi empiris pembelian Smartphone merek Oppo di Surya Phone cabang Antasari)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

**Diajukan oleh:
Doni Arianto
2011102431163**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
Juli 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN YANG DIPENGARUHI OLEH PROMOSI PENJUALAN,
PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
(Studi empiris pembelian Smartphone merek Oppo di Surya Phone cabang Antasari)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:


**Doni Arianto
2011102431163**

**Disetujui untuk diujikan
Pada tanggal 25 Juni 2024**

Pembimbing


Dr. M. Risal, S.,E M.,SI.
NIDN. 0901027401

**Mengetahui,
Koordinator Skripsi**


Muhammad Iqbal Pribadi S.M., M.B.A.
NIDN. 1115039601

LEMBAR PENGESAHAN

MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN YANG DIPENGARUHI OLEH PROMOSI PENJUALAN,
PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK

(Studi empiris pembelian smartphone merek Oppo di Surya Phone cabang Antasari)

SKRIPSI

Diajukan oleh:
Doni Arianto
2011102431163

Diseminarkan dan Diujikan
Pada tanggal 10 Juli 2024

Penguji I



Marsha Anindita, S.E., M.S.M.
NIDN. 1114099102

Penguji II



Dr. M. Risal, S.E., M.Si.
NIDN. 0901027401

Mengetahui,
Ketua

Program Studi S1 Manajemen



Prof. Ithwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.
NIDN. 0620107201

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Doni Arianto

NIM : 2011102431163

Program Studi : S1-Manajemen

Judul Penelitian : Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan yang dipengaruhi oleh Promosi Penjualan, Persepsi Harga dan Citra Merek (Studi empiris pembelian Smartphone merk Oppo di Surya Phone cabang Antasari)

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini, atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Samarinda, 25 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan



Doni Arianto

NIM.2011102431163

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pengaruh promosi penjualan, persepsi harga, dan citra merek dalam membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Populasi penelitian adalah seluruh pengguna smartphone merek Oppo di Kota Samarinda. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan metode survei dengan teknik purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dalam bentuk Google Form. Metode pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara persepsi harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk smartphone Oppo di Surya Phone cabang Antasari.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Persepsi Harga dan Promosi Penjualan

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between the influence of sales promotions, price perception, and brand image in building customer loyalty through customer satisfaction. The study population consists of all users of Oppo smartphones in Samarinda City. This research is descriptive quantitative in nature, with a sample of 100 respondents obtained using a survey method with purposive sampling techniques, where respondents were selected based on specific criteria relevant to the research objectives. Data were collected using a questionnaire in the form of a Google Form. The data processing method employed SmartPLS version 3. The results of the study indicate that sales promotions have a significant positive effect on customer satisfaction, while price perception does not have a significant positive effect on customer satisfaction. Conversely, brand image has a significant positive effect on customer satisfaction. Additionally, customer satisfaction also has a significant positive effect on customer loyalty for Oppo smartphone products at the Surya Phone Antasari branch.

Keywords: Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Price Perception, and Sales Promotion

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, kelancaran serta ketekunan bagi penulis dalam Menyusun skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. M. Risal, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan membimbing dengan kesabaran untuk memberikan arahan dan tambahan ilmu yang sangat bermanfaat sehingga dalam penulisan skripsi ini diberi kemudahan dalam penyelesaian. \
2. Ibu Marsha Anindita, S.E., M.S.M Selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan banyak saran yang membangun penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ekonomi Bisnis dan Politik yang telah memberikan banyak ilmu serta pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada orang tua penulis, Ayahanda Suyanto, Ibunda Siti Mariam yang penulis cintai dan sayangi karena telah memberi kasih serta cinta dan pengorbanan, serta semangat dan kesabaran dalam membesarkan penulis hingga mampu tumbuh dengan baik dan mampu menyelesaikan Pendidikan hingga selesai. Serta kaka penulis Ardi dan Linda karena berkat dia juga memberi semangat dan pengingat ditengah rasa Lelah dan tidak lupa juga kepada keluarga besar penulis yang selalu mendukung saya dalam proses perkuliahan hingga sampe saat ini.
5. Kepada sepupu penulis yaitu Muhammad Irsal Irfani S.M, Permata Indah Sari S.Ab dan Shinta Aprillia Putri yang selalu memberi semangat dan bersedia menjadi pendengar penulis disaat penulis Lelah dan kesusahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada sahabat saya, Ahkmad Rifhiyan Yusuf, Aji Muhammad Soleh, Bayu Firanda Dewa, Muhammad Ramadhani dan Erik Saputra yang selalu menjadi pendengar yang baik, menemani proses dimasa sulit penulis dari awal perkuliahan hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman penulis yang telah membantu proses skripsi penulis hingga selesai yaitu, Ahkmad Rifhiyan, Muhammad Ramadhani dan Anggota Kelompok 2 skripsi kdm yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Seluruh teman S1 Manajemen Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas kebersamaannya selama ini. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu melancarkan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga berbagai bentuk bantuan yang telah yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan yang lebih besar dari Allah SWT.

Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu melancarkan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga berbagai bentuk bantuan yang telah yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan yang lebih besar dari Allah SWT.

Samarinda, 22 Juni 2024

Doni Arianto

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Pengertian Pemasaran.....	6
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.3. Promosi Penjualan.....	7
2.4. Persepsi Harga.....	7
2.5. Citra Merek	7
2.6. Kepuasan Pelanggan.....	7
2.7. Loyalitas Pelanggan	8
2.8. Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis	8
2.8.1. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	8
2.8.2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	8
2.8.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	8
2.8.4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	9
2.9. Kerangka Pikiran.....	9
BAB III METODE PENELITIAN	11
3.1 Lokasi Penelitian	11
3.2 Jenis Penelitian.....	11
3.3 Populasi.....	11
3.4 Sumber Data.....	11
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	12
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	13
3.7 Teknik Analisis Data.....	14
3.7.1 Uji <i>Validitas Konvergen</i>	14
3.7.2 Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	14
3.7.3 <i>Validitas Diskriminan</i>	14
3.7.4 <i>Coefficient of Determination (R-square)</i>	15

3.7.5 <i>Effect Size (F- Square)</i>	15
3.7.6 <i>Predictive Relevance (Q –Square)</i>	15
3.7.7 Uji Hipotesis.....	15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Dekriptif Objek Penelitian.....	16
4.1.1 Jenis Kelamin	16
4.1.2 Usia	16
4.1.3 Pendidikan.....	16
4.1.4 Pendapatan Perbulan	16
4.2 Uji Validitas Konvergen	17
4.3 Uji Composite Reliability dan Cronbach Alpha.....	18
4.4 Validitas Diskriminan	18
4.5 <i>Coefficient of Determination (R-square)</i>	19
4.6 <i>Effect Size (F- Square)</i>	19
4.7 <i>Predictive Relevance (Q –Square)</i>	20
4.8 Uji Hipotesis.....	20
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	22
4.9.1 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
4.9.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
4.9.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	23
4.9.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	23
4.9.5 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan .	24
4.9.6 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	24
4.9.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	25
BAB V PENUTUP	26
5.1 Kesimpulan	26
5.2 Keterbatasan	26
5.3 Saran	27
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Smartphone Oppo Di Surya Phone.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pikiran	10
Gambar 4. 1 Outer loading, P value, T statistic, Original sample, AVE	17

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	12
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	16
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	16
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	16
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	17
Tabel 4. 5 Hasil Outer Loading	17
Tabel 4. 6 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	18
Tabel 4. 7 Hasil Composite Reliability dan Cronbach Alpha.....	18
Tabel 4. 8 Hasil Cross Loading	18
Tabel 4. 9 Nilai R-Square	19
Tabel 4. 10 Hasil F-Square	19
Tabel 4. 11 Nilai Q-square.....	20
Tabel 4. 12 Nilai Path coefficients.....	20
Tabel 4. 13 Spesific inderect effect.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	33
Lampiran 2 Uji Outer Loading	34
Lampiran 3 Uji Composite Realiability dan Cronbach Alpha	35
Lampiran 4 Uji Cross Loading	35
Lampiran 5 Uji R-square.....	36
Lampiran 6 Uji F-square	36
Lampiran 7 Uji Q-square.....	37
Lampiran 8 Uji Direct Effect.....	37
Lampiran 9 Uji Spesific Indirect Effect	37
Lampiran 10. Surat ijin penelitian	37
Lampiran 11. Hasil uji turnitin	38
Lampiran 12. Lembar saran dan perbaikan seminar hasil skripsi	41
Lampiran 13. Kartu kendali bimbingan laporan karya ilmiah	43