

**ANALISIS HUBUNGAN HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS  
LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS  
PELANGGAN PADA HARDWARE CLOTHING DI  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih  
Derajat Sarjana Ekonomi*



**OLEH :**

**ARIF HIDAYAT ALBAR**

**NIM : 01212038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA**

**2016**

**ANALISIS HUBUNGAN HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS  
LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS**

**PELANGGAN PADA HARDWARE CLOTHING DI  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih  
Derajat Sarjana Ekonomi*



Disusun Oleh:

Nama Arif Hidayat Albar

NIM 01212038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN - FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS  
UNIVERSITAS NAREOTAMA SURABAYA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arif Hidayat Albar  
NIM : 01212038  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**ANALISIS HUBUNGAN HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA HARDWARE CLOTHING DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Surabaya , 02 Agustus 2016

Pembuat Pernyataan,

Materei Rp.6000,-

Arif Hidayat Albar  
NIM :01212038

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS HUBUNGAN HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS  
LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS  
PELANGGAN PADA HARDWARE CLOTHING DI  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH:**

**ARIF HIDAYAT ALBAR**

**01212038**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:**

**DOSEN PEMBIMBING,**

**Dr. Ec. R. Agus Baktiono, MM**

**TANGGAL.....**

**KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,**

**I Gede Arimbawa, SE, MM**

**TANGGAL.....**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN  
PADA HARI SABTU , TANGGAL 06 AGUSTUS 2016

Judul Skripsi : ANALISIS HUBUNGAN HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA HARDWARE CLOTHING DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Disusun Oleh : Arif Hidayat Albar  
NIM : 01212038  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prodi : Manajemen  
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. Dr. EC. R. AGUS BAKTIONO, MM .....
2. I GEDE ARIMBAWA, SE, MM .....
3. SENGGURUH NILOWARDONO, SE., MSi .....

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arif Hidayat Albar  
NIM : 01212038  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **ANALISIS HUBUNGAN HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA HARDWARE CLOTHING DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya  
Pada tanggal : 02 Agustus 2016  
Yang menyatakan

Meteri Rp.6000

( Arif Hidayat Albar )  
NIM : 01212038

## ABSTRAK

### ANALISIS HUBUNGAN HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA HARDWARE CLOTHING DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Oleh:

Arif Hidayat Albar

Dosen Pembimbing:

Dr. Ec. R. Agus Bhaktiono, MM.

Adanya penelitian ini di latar belakang dari ketidak setabilan volume penjualan perusahaan Hardware clotng di tunjungan plaza Surabaya, dari data yang dihasilkan dalam satu tahun terakhir tahun 2015 perusahaan Hardware clotng mengalami pasang surut dalam penjualannya, hal ini berdampak langsung pada pendapatan perusahaan, dengan ketidak setabilan perusahaan dikawatirkan akan membuat kinerja perusahaan menurun dan tidak stabil berkelanjutan

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel promosi, harga, layanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, peneliti perlu melakukan penyebaran kuesioner/angket sebanyak 123 responden yang sesuai dengan jumlah member yang ada pada Hardware clotng. Untuk mengetahui tingkat ke sahian dari hasil jawaban responden peneliti melakukan uji validitas dan reabilitas. sedangkan data menggunakan data interval yang Analisis datanya menggunakan Korelasi Person Product Moment/Pearson.

Dari hasil uji dan analisa mengenai hubungan antara promosi, harga, dan layanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel memiliki hubungan dan signifikan. Dari ketiga variabel tersebut, variabel harga yang mempunyai nilai hubungan yang sedang (0,405) dibandingkan dari variabel promosi (0,256) dan layanan (311) yang mempunyai nilai rendah. Dari variabel promosi, harga dan layanan dalam penelitian ini bisa dijadikan acuan apa saja variabel yang dianggap rendah bisa ditingkatkan.

Kata kunci: *Analisis Hubungan Promosi, Harga, Layanan, Loyalitas Pelanggan. , Reabilitas, Validitas, Product Moment,*

## ABSTRACT

### RELATIONSHIP ANALYSIS PRICE , PROMOTION AND QUALITY SERVICE TO IMPROVE CUSTOMER LOYALTY IN HARDWARE CLOTHING TUNJUNGAN PLAZA IN SURABAYA

By :  
Arif Hidayat Albar

Lecture :  
Dr. Ec. R. Agus Bhaktiono, MM.

The existence of this study in the background backs of non setabilan sales volume Hardware cloting in tunjungan plaza Surabaya , from the data generated in the past year 2015 the company Hardware cloting have ups and downs in sales , it has a direct impact on corporate earnings , with the absence setabilan companies it feared would make the company's performance decreases and unstable sustained.

This study aims to determine the level of relationship between the variables promotion, pricing , service to enhance customer loyalty , researchers need to conduct questionnaires / questionnaire of 123 respondents in accordance with the number of members that exist in the Hardware cloting . To determine the level to sahihan from the respondents researchers to test the validity and reliability . while the data using the data interval data analysis using Product Moment Correlation / Pearson.

From the test results and analysis of hugungan between promotion, pricing , and services to improve customer loyalty can be concluded that all three variables have a relationship and significant . Of these three variables , the variable price has a value of the relationship is ( 0.405 ) than from the sale of variables ( 0.256 ) and services ( 311 ) having a low value . Promotion of variables , price and service in this study can be used as a reference any variables that are considered low can be improved.

*Keywords : Analysis of Relationship Promotion, Price, Service, Customer Loyalty. , The reliability, validity, Product Moment,*



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Batasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
TINJAUAN PUSTAKA.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Kerangka Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.2.1 Promosi .....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Layanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Loyalitas pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Konsep Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB III.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel .....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel .....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Skala pengukuran .....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	Error! Bookmark not defined.
1. Variabel Bebas (dependent variable).....	Error! Bookmark not defined.
2. Variabel Terikat (Dependent Variable).....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisis .....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1. Uji validitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Uji reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Deskripsi operasional .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profile perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.

4.2.2	Sruktural .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Jam Operasional Toko .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4	Macam-Macam Produk .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.5	Program Perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Deskripsi hasil penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Profil responden .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Jawaban profil responden .....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Uji Validitas dan Reabilitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Uji Validitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Analisa Data Dan Pengujian Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Analisa data .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Pengujian Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB V</b>	.....	12
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	12
5.1	Kesimpulan .....	12
5.2	Saran .....	13
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	15
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	.....	Error! Bookmark not defined.
<b>LAMPIRAN</b>	.....	Error! Bookmark not defined.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Transaksi Penjualan Hardware ClotingPeriode Tahun 2015 ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 1 Disain Instrumen Variabel Penelitian  
**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 2 koefisien tingkat hubungan ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 1 Jenis kelamin responden..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 3 Uji Validitas ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 4 Nilai koefisien Alpha cronbach penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 5 Hasil Analisa Data..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 6 Interpretasi nilai r ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1.1 Data Transaksi Penjualan Hadware  
Clothing Periode Tahun 2015 ..... 4

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Struktur  
Organisasi..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Program Promosi..... **Error! Bookmark not defined.**



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui hubungan antara promosi, harga layanan dan loyalitas pelanggan pada hardware clotng tunjungan plaza Surabaya. Untuk membuktikan adanya hubungan atau tidaknya, hubungan antara promosi, harga, layanan dan loyalitas pelanggan maka diperlukan pengujian korelasi product moment/pearson yang telah dilakukan sebelumnya.maka dapat disimpulkan dari uji korelasi product moment yang telah diketahui sebagai berikut:

1. Dalam perhitungan SPSS 18 menunjukkan nilai koefisien product moment variabel promosi sebesar 0,256 dan mempunyai tingkat signifikan 0,004 nilai ini berarti bahwa variabel promosi mempunyai hubungan yang lemah dengan loyalitas pelanggan.dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan variabel promosi lemah. Jadi apabila variabel promosi yang dilakukan oleh perusahaan kurang maka akan menyebabkan loyalitas pelanggan juga melemah.
2. Dalam perhitungan SPSS 18 menunjukkan nilai koefisien product moment variabel harga sebesar 0,405 dan mempunyai tingkat signifikan 0,000 nilai ini berarti bahwa variabel harga mempunyai hubungan yang sedang dengan loyalitas pelanggan.dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan

variabel harga sedang. Jadi apabila variabel harga diturunkan ataupun dinaikkan, maka loyalitas pelanggan akan stabil atau tidak akan terpengaruh.

3. Dalam perhitungan SPSS 18 menunjukkan nilai koefisien product moment variabel layanan sebesar 0,311 dan mempunyai tingkat signifikan 0,000 nilai ini berarti bahwa variabel layanan mempunyai hubungan yang lemah dengan loyalitas pelanggan. dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan variabel layanan lemah. Jadi apabila variabel layanan pada pelanggan mengalami penurunan atau melemah, maka loyalitas pelanggan juga akan ikut lemah.

Dari hasil uji dan analisa mengenai hubungan antara promosi, harga, dan layanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel sebagaimana disebutkan yaitu harga, promosi dan layanan memiliki hubungan dan signifikan. Dari ketiga variabel tersebut, variabel harga yang mempunyai nilai hubungan yang paling tinggi (sedang) dibandingkan dari variabel promosi dan layanan yang mempunyai nilai rendah.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dengan hasil penelitian ini kepada perusahaan yaitu hendaknya variabel yang bernilai rendah variabel X1 promosi (0,256), variabel X3 layanan (0,311) dan sedang variabel X2 harga (0,405) agar ditingkatkan, supaya loyalitas pelanggan dapat dicapai secara maksimal. Dari variabel promosi, harga dan layanan dalam penelitian ini dapat dijadikan acuan apa saja variabel yang dianggap rendah bisa ditingkatkan. Penelitian ini

memberikan gambaran secara detail pada masing-masing aspek peningkatan variabel guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Harga pada penelitian ini bernilai sedang. Ini juga dapat dijadikan indikator pada tahap selanjutnya untuk meningkatkan nilai rendah ke sedang dan nilai sedang ke nilai tinggi agar tujuan perusahaan dalam masa mendatang dapat dicapai.





## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarawati. I. B dan Sri Astiti. Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram Pada Kelompok Wanita Tani (kwt) Spora Bali. *Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Udayana. Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 2, No. 2, Oktober 2014.* Bali.
- Aryanti Dwi dan Rosinta Febrina. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Program Studi Ilmu Administrasi Departemen FISIP, Universitas Indonesia. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Volume 17, Nomor 2. Mei—Agus 2010, hlm. 114-126.* Jakarta.
- Dwi Aryani dan Febrina Rosinta. Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan membentuk loyalitas pelanggan.  
<http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/viewFile/632/617>
- Dwiwinarsih, Rina. 2009. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy di Depok. *Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma Jurnal Ekonomi Manajemen, Oktober 2009* Depok.
- Nurullaili. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (studi pada konsumen tupperware di universitas diponegoro) *Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 2, Nomor 1, Maret 2013.* Diponegoro
- Rusmini. Strategi promosi sebagai dasar peningkatan respons konsumen  
[http://www.polines.ac.id/ragam/index\\_files/jurnalragam/ppr9%20apr1.pdf](http://www.polines.ac.id/ragam/index_files/jurnalragam/ppr9%20apr1.pdf).
- Rusmini. 2013. Strategi Promosi sebagai Dasar Peningkatan Respons Konsumen. *Staf Pengajar Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Semarang. Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 13 No. 1, April 2013.* Semarang.
- Samosir Zahara. Z. 2005 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan PerpustakaanUSU. *Departemen Studi Perpustakaan dan Informasi Universitas Sumatra Utara. Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi Vol.1, No. Juni 2005.* Sumatra Utara.
- Tjahjaningsih Endang. 2007. Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang). *Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank.2007*

Tjiptono, F. 2015. Strategi Pemasaran Edisi ke-4. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Widagdo, Herry. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan. Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol. 1 No. 1 September 2011*. Palembang.

