



**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN
PADA TOKO BANGUNAN HIDUP ABADI PATI**

Skripsi ini disyaratkan menjadi salah satu syarat
Guna menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :
FEBRIA WINDY FERDANI

NIM. 2017.11.108

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2022

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN
PADA TOKO BANGUNAN HIDUP ABADI PATI**

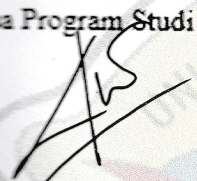
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

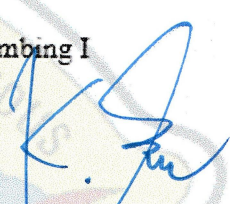
Kudus, 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


NURUL RIZKA ARUMSARI, SE, MM
NIDN. 0628048702


Dr. KERTATI SUMEKAR, SE, MM
NIDN. 0616077304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II


Dr. KERTATI SUMEKAR, SE, MM
NIDN: 0616077304


IWAN SUROSO, SE, MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Dengan kembali bertaubat kepadaNya dan bertakwalah kepadaNya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah

(Ar-Rumm ayat 31)



KATA PENGANTAR

Segala puja puji serta hamdalah penulis panjatkan kepada Tuhan Allah yang maha esa, atas segala rahmah, berkah dan inayahnya, sehingga skripsi dengan judul **ANALISIS KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO BANGUNAN HIDUP ABADI PATI** mampu penulis rampungkan. Penulis menyusun skripsi sebagai salah satu bentuk dari syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Sewaktu proses penyelesaian skripsi, penulis mendapat beragam bimbingan dan bantuan berarti dari beragam pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis bermaksud mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus dan pembimbing I yang sudah memberi nasehat, arahan dan bimbingan kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, sebagai ketua Program Studi (kaprodi) Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Iwan Suroso, SE, MM, selaku pembimbing II yang sudah memberi nasehat, arahan dan bimbingan kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
5. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan segala civitas akademik yang sudah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis. Tidak

hanya itu, terimakasih penulis haturkan pada seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang mensupport penulis selama menempuh studi di kampus.

6. Sekaligus segala pihak yang tidak mampu disebutkan oleh penulis satu persatu, yang mana mereka telah menyumbangkan seluruh tenaga dan pikiran serta doa sampai skripsi ini tersusun dengan maksimal.

Sampai pada titik ini, saya sebagai penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap kritik dan saran menjadi pembangun yang lebih baik dalam skripsi ini. Pungkaskata semoga skripsi ini bermanfaat. Amin.



**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO
BANGUNAN HIDUP ABADI PATI**

FEBRIA WINDY FERDANI

NIM. 2017.11.108

Pembimbing I. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM
II. Iwan Suroso, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang berdampak pada Loyalitas Pelanggan pada Toko Bangunan/Obyek penelitian penelitian ini adalah para pelanggan menjadi pelanggan Toko Bangunan Hidup Abadi Pati yang menjadi objek penelitian, sehingga pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, dan hasil penyebaran angket merupakan data primer dan data sekunder terkait gambaran soal objek penelitian yakni produk Toko Bangunan Hidup Abadi Pati, sampel penelitian sebanyak 120 responden. Pengolahan datanya menggunakan komputer program SEM AMOS, yang mana masuk dalam program komputer untuk statistik, alasan yang mendasar adalah agar perolehan hasil semakin lebih valid dalam menganalisis statistik dengan kuesioner dengan validitas dan reliabilitas, serta oleh SEM AMOS Versi 23.0. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah (1) Ada pengaruh positif signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangunan Hidup Abadi Pati; (2) Ada pengaruh positif signifikan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangunan Hidup Abadi Pati ; (3) Ada pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangunan Hidup Abadi Pati; (4) Ada pengaruh positif signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Bangunan Hidup Abadi Pati; (5) Ada pengaruh positif signifikan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Bangunan Hidup Abadi Pati; (6) Ada pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Bangunan Hidup Abadi Pati; (7) Ada pengaruh positif signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Bangunan Hidup Abadi Pati.

Kata Kunci : Kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan , loyalitas pelanggan

*ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, AND QUALITY OF SERVICE
IN INCREASING CUSTOMER SATISFACTION THAT IMPACT ON CUSTOMER
LOYALTY AT SHOP BANGUN LIFE ABADI PATI*

FEBRIA WINDY FERDANI

NIM. 2017.11.108

Pembimbing I. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM

II. Iwan Suroso, SE, MM

MURIA KUDUS UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACT

This study intends to examine Product Quality, Promotion, and Service Quality in expanding Customer Satisfaction which affects Customer Loyalty at the Building Store/The object of this examination is the clients who become clients of the Pati Abadi Life Store which is utilized as exploration, with the goal that the information assortment utilizes a poll, the wellspring of the information is essential information which is the aftereffect of disseminating surveys and optional information about the portrayal of the object of exploration, specifically the result of the Pati Eternal Life Shop, the exploration test is 120 respondents. The information handling utilizes the SEM AMOS PC program which is a PC program for measurements, with the explanation that the outcomes got are more substantial in examining insights with a poll with legitimacy and dependability, and by SEM AMOS VERSION 23.0. In light of the aftereffects of the investigation and conversation, the ends in this exploration are (1) There is a critical beneficial outcome of item quality on consumer loyalty at the Pati Abadi Life Building Shop; (2) There is a huge beneficial outcome of advancement on consumer loyalty at the Eternal Life Pati Building Store; (3) There is a huge constructive outcome of administration quality on consumer loyalty at the Eternal Life Building Store Pati; (4) There is a huge beneficial outcome of item quality on client dedication at the Eternal Life Building Store Pati; (5) There is a huge beneficial outcome of advancement on client dependability at the Eternal Life Building Store Pati; (6) There is a huge constructive outcome of administration quality on client faithfulness at the Eternal Life Building Store Pati; (7) There is a huge constructive outcome of consumer loyalty on client steadfastness at the Abadi Life Building Store Pati.

Keywords: Product quality, promotion, service quality, customer satisfaction, customer loyal

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Ruang Lingkup	7
1.3. Perumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Kualitas Produk	14
2.2. Promosi	17
2.3. Kualitas Pelayanan	22
2.4. Kepuasan Pelanggan	26
2.5. Loyalitas Pelanggan	29
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	33
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis	39
2.8. Hipotesis	40
BAB.III. METODE PENELITIAN	42
3.1. Rancangan Penelitian	38
3.2. Variabel Penelitian	38
3.3. Jenis dan Sumber Data	48
3.4. Populasi dan Sampel	49

3.5. Teknik Pengumpulan Data	49
3.6. Analisis Data	62
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1. Gambaran Umum Obyek Perusahaan	62
4.2. Penyajian Data	65
4.3. Analisis Data	70
4.4. Pembahasan	95
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Tabel <i>Goodness of Fit Index</i> 60
Tabel 4.1.	Data Responden 65
Tabel 4.2.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_1) 66
Tabel 4.3.	Deskripsi Variabel Promosi (X_2) 67
Tabel 4.4.	Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (Y_1) 68
Tabel 4.5.	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_2) 69
Tabel 4.6.	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2) 70
Tabel 4.7.	Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1) 71
Tabel 4.8.	Uji Validitas Variabel Promosi (X_1) 71
Tabel 4.9.	Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X_3) 72
Tabel 4.10.	Uji Validitas Variabel Kepuasan 73
Tabel 4.11.	Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan ($Y-2$) 73
Tabel 4.12.	Uji Variance Extracted (AVE) 74
Tabel 4.13.	Dicriminant Validity 74
Tabel 4.14.	Uji Construct Reliability 75
Tabel 4.15.	Uji Normalitas 76
Tabel 4.16.	Analisis Outliers 78
Tabel 4.17.	Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen Awal 80
Tabel 4.18.	Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen Revisi 82
Tabel 4.19.	Uji <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen 84
Tabel 4.20.	Uji Model Goodness of Fir Full Model 86
Tabel 4.21.	Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weights</i> 88
Tabel 4.22.	Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>) 89
Tabel 4.23.	<i>Regression Weight</i> 90
Tabel 4.24.	Hasil Estimasi <i>Indirect dan Total Effect</i> 94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Teoritis	40
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen Awal	79
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen Revisi	83
Gambar 4.3. Konfirmatory Konstruk Endogen	85
Gambar 4.4. Konfirmatory Model Measurement	87
Gambar 4.5. Pengujian Full SEM Model SEM	

