

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ADIDAS
METROPOLITAN MALL BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Oleh :

Nur Angel Bonita Mulyawati

201410325206



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2018

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ADIDAS
METROPOLITAN MALL BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Oleh :

Nur Angel Bonita Mulyawati

201410325206



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2018

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : "Pengaruh Promosi Penjualan Dan
Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada
Adidas Metropolitan Mall Bekasi"

Nama Mahasiswa : Nur Angel Bonita Mulyawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325206

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018

Bekasi, 20 Juli 2018

MENYETUJUI,



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Citra
Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Adidas
Metropolitan Bekasi"

Nama Mahasiswa : Nur Angel Bonita Mulyawati
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325206
Program Studi/Fakultas : Ekonomi/Manajemen
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018

Bekasi, 20 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaja, S.E., M.M
NID : 0311116501

Penguji 1 : Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, MM
NID : 031707071

Penguji 2 : Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom, M.B.A
NID : 031503024

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIP: 1602212

Dekan
Fakultas Ekonomi

Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.
NIP: 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Nur Angel Bonita Mulyawati
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325206
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen
Menyatakan bahwa,
Skripsi yang berjudul : Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra
Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada
Metropolitan Mall Bekasi

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 20 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Nur Angel Bonita .M
NPM. 201410325206

ABSTRAK

Nur Angel Bonita Mulyawati 201410325206. Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen di Adidas Metropolitan Mall Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, uji t dan uji f. Penarikan sampel ditarik menggunakan *simple random sampling*, dimana $n=50$. Hasil dari penelitian yang di dapat, menunjukan bahwa: Terdapat Pengaruh parsial signifikan antara Promosi penjualan terhadap Loyalitas Konsumen Adidas Metropolitan Mall Bekasi. Terdapat pengaruh parsial signifikan antara Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Adidas Metropolitan Mall Bekasi. Terdapat Pengaruh signifikan dan positif secara simultan antara Promosi Penjualan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Adidas Metropolitan Mall Bekasi.

Kata kunci : promosi penjualan, citra merek, loyalitas konsumen.



ABSTRACT

Nur Angel Bonita Mulyawati 201410325206. The Influence of Sales Promotion and Brand Image on Consumer Loyalty in Adidas Metropolitan Mall Bekasi.

This study aims to determine the effect of sales promotion and brand image on consumer loyalty. The type of this research is quantitative using quantitative method with multiple linear regression analysis, t test and f test. Sampling is drawn using simple random sampling, where $n = 50$. The results of the research can show that: There is a significant partial influence between the sales promotion on Adidas Metropolitan Mall Bekasi Customer Loyalty. There is significant partial influence between Brand Image to Adidas Metropolitan Mall Bekasi Consumer Loyalty. There is a significant and simultaneous Influence simultaneously between Sales Promotion and Brand Image to Adidas Metropolitan Mall Bekasi Consumer Loyalty.

Keywords: sales promotion, brand image, consumer loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi ini. Penulisan Tugas Akhir/Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa tanpabantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Tugas Akhir/Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Rorim Panday, MM,MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal S.E, M,M, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr.Ir.Raden Achmad Harianto,M.M, dan Ir. Adlin Nazli Lubis, M.M selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan baik materi maupun teknis, sehingga skripsi penulis siap untuk disidangkan.
5. Orang tua tercinta (Ibu Neng Titi Marwati, Bapak Iman Mulyadi) dan keluarga yang telah memberikan bantuan dan dukungan materi dan moral dalam penyusunan tugas akhir skripsi.
6. Sahabat tersayang dan teman-teman seperjuangan Dones, Iwit, Rayen, Cipuy dan Ibah yang selalu memberi semangat dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.
7. Teruntuk Dones Pentamas yang selalu menemani dan membantu proses pembuatan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan, semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

Akhir kata penulis berharap kepada Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, semoga tugas akhir skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan.

Jakarta, 20 Juli 2018

Nur Angel Bonita

NPM:201410325206



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.2 Loyalitas Konsumen	9
2.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen	10
2.2.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	11
2.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	12
2.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Promosi Penjualan	13

2.3.2 Indikator Promosi Penjualan	14
2.3.3 Tujuan Promosi Penjualan	14
2.4 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	15
2.4.1 Tolak Ukur Citra Merek	16
2.4.2 Faktor Pembentuk Citra Merek	16
2.4.3 Indikator Citra Merek	17
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Kerangka Berfikir	23
2.7 Pengajuan Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	26
3.1.1 Metode Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu	27
3.3 Tahapan Penelitian.....	27
3.4 Model Konseptual Penelitian	28
3.5 Operasional Variabel	29
3.6 Jenis dan sumber data	32
3.7 Populasi dan Sampel	33
3.7.1 Definisi Populasi	33
3.7.2 Teknik Pengambilan Sampel	33
3.8 Metode Analisis Data.....	34
3.8.1 Uji Validitas	37
3.8.2 Uji Reliabilitas	38
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.8.3.1 Uji Normalitas	38
3.8.3.2 Uji Linearitas	39
3.8.3.3 Uji Multikoleniaritas	39
3.8.3.4 Uji Heterokedastisitas	39
3.8.3.5 Uji Autokelerasi	40

3.8.4 Regresi Linear Berganda.....	40
3.8.5 Uji Hipotesis	41
3.8.5.1 Uji Parsial (Uji t)	41
3.8.5.2 Uji Simultan (Uji f)	42
3.8.5.3 Uji koefisien Determinasi (R^2)	42

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Adidas Metropolitan Mall Bekasi	43
4.2 Deskripsi Data	44
4.2.1 Penyebaran Kuesioner.....	44
4.2.2 Identitas Responden	45
4.3 Hasil Analisis Data.....	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.4 Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1 Uji Normalitas	52
4.4.2 Uji Linearitas	53
4.4.3 Uji Autokorelasi	55
4.4.4 Uji Multikoleniaritas	56
4.4.5 Uji Heterokedastitis.....	57
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.6 Uji Hipotesis	59
4.6.1 Uji t (secara parsial)	59
4.6.2 Uji f (secara simultan)	61
4.6.3 Uji Determinasi (R^2)	62
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	62

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan	65
5.2 Implikasi Manajerial	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel	30
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 3.3 Penafsiran Terhadap Nilai Interval	36
Tabel 3.4 Interpretasi Korelasi Nilai R	37
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner	44
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X^1)	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (X^2)	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas (Y)	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas (X^1)	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas (X^2)	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas (Y)	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikoleniaritas	56
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.16 Hasil Uji t Parsial	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan	61
Tabel 4.18 Model Summary Koefisien Determinasi (R^2)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Persaingan Sepatu Sport 2018	2
Gambar 2.1 Model Teoritik	24
Gambar 3.1 Model Hipotetik	26
Gambar 3.2 Model Konseptual	29
Gambar 4.1 Pie Chart Jenis Kelamin	45
Gambar 4.2 Pie Chart Usia	46
Gambar 4.3 Pie Chart Pendapatan	47
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedaksitas	57

