

**PENGARUH KEBERAGAMAN PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI *VARIABLE*
INTERVENING PADA PRODUK *MERCHANDISE* KPOP
(STUDI KASUS PADA PENGGEMAR KPOP DI BEKASI)**

SKRIPSI

Oleh:
Isnaini Rahmah
201910325341



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Keberagaman Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai *Variable Intervening* Pada Produk *Merchandise* KPOP (Studi Kasus Pada Penggemar KPOP di Bekasi)

Nama Mahasiswa : Isnaini Rahmah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325341

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2023



Pembimbing I,

Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302

Pembimbing II,

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Keberagaman Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai *Variable Intervening* Pada Produk *Merchandise* KPOP (Studi Kasus Pada Penggemar KPOP di Bekasi)

Nama Mahasiswa : Isnaini Rahmah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325341
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2023

Jakarta, 17 Juli 2023
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Yayan Hendayana, SE., M.M.
: NIDN. 0318087101
Sekretaris Tim Penguji : Murti Wijayanti, SE., M.M.
: NIDN. 0320127504
Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M.
: NIDN. 0329048302

Handwritten signatures of the examiners.

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen,

Handwritten signature of Dr. Hadita.

Dr. Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN. 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Handwritten signature of Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni.

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA
NIDN. 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Keberagaman Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai *Variable Intervening* Pada Produk *Merchandise* KPOP (Studi Kasus Pada Penggemar KPOP di Bekasi)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya 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 izin 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, 17 Juli 2023
Yang membuat pernyataan



Isnaini Rahmah
201910325341

ABSTRAK

Isnaini Rahmah. 201910325341. Pengaruh Keberagaman Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai *Variable Intervening* Pada Produk *Merchandise* KPOP (Studi Kasus Pada Penggemar KPOP di Bekasi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keberagaman Produk, Promosi, Loyalitas Pelanggan pada produk *merchandise* KPOP dengan Kepuasan Pelanggan sebagai *variable intervening*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan dengan teori yang ada. Sampel diperoleh sebanyak 100 responden penggemar KPOP yang berdomisili di Bekasi dengan teknik *sampling Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dari responden dengan cara pengisian kuesioner. Analisis data menggunakan SEM-PLS dengan bantuan SmartPLS 3.0.

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel Keberagaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Keberagaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan secara parsial dapat memediasi Keberagaman Produk dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Keberagaman Produk, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Isnaini Rahmah. 201910325341. *The Effect of Product Diversity and Promotion on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable in KPOP Merchandise Products (A Case Study on KPOP Fans in Bekasi)* This study aims to determine the effect of Product Diversity, Promotion, And Customer Loyalty on KPOP merchandise products, with Customer Satisfaction as an intervening variable.

This study uses a quantitative method because it aims to confirm the data obtained with the existing theory. Samples were obtained from 100 respondents who are KPOP fans and live in Bekasi using the purposive sampling technique. The data used in this study is primary data obtained from respondents by filling out a questionnaire. Data analysis using SEM-PLS with the help of SmartPLS 3.0

The results of the data processing carried out show that the variable Product Diversity has a positive and significant effect on Customer Loyalty; Promotion has a positive and significant effect on Customer Loyalty; Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty; Product Diversity has a positive and significant effect on Customer Satisfaction; and Promotion has a direct effect on Customer Satisfaction. Partial Customer Satisfaction can mediate the effects of Product Diversity and Promotion on Customer Loyalty.

Keywords: *Product Diversity, Promotion, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keberagaman Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai *Variable Intervening* Pada Produk Merchandise KPOP (Studi Kasus Pada Penggemar KPOP di Bekasi)”**

Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

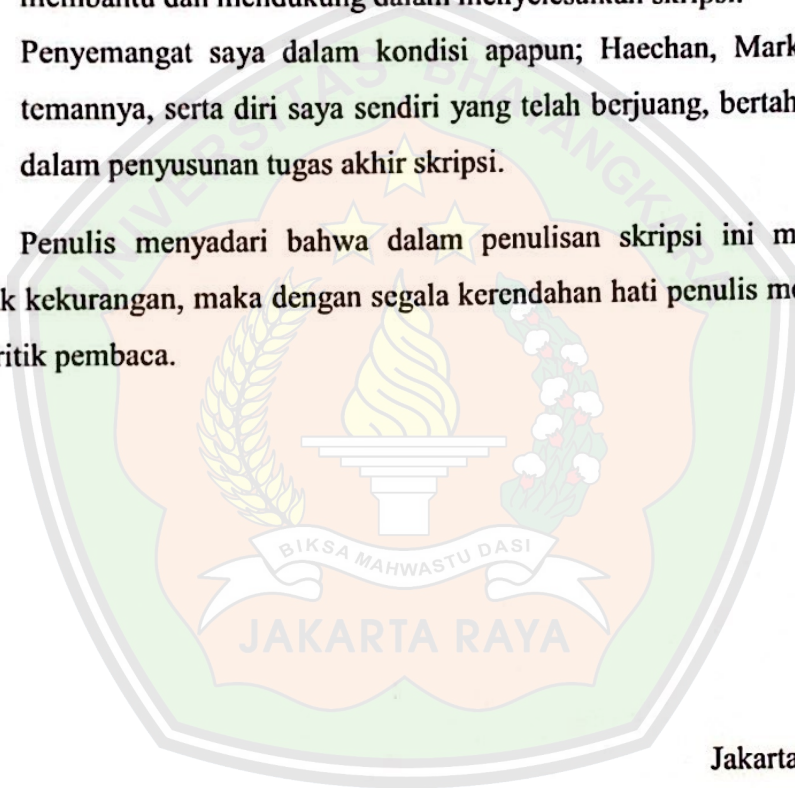
Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M., selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Serta selaku dosen pembimbing skripsi pertama yang selalu membimbing, memberikan arahan maupun motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan pembuatan skripsi.
4. Milda Handayani, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Terima kasih atas motivasi, arahan, saran dan bantuan selama menjalani perkuliahan selama ini.
5. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi kedua yang telah memberikan bantuan, saran, selalu membimbing, memberikan

arahan maupun motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan pembuatan skripsi.

6. Keluarga tercinta, Ibu Safari, Bapak Ahmad Bero, Kakak Siti Khusnia Indrasari, S.Pd., Kakak Nisa Ulmaghfiroh, S.M., dan Adik saya Afrizal Firdaus. Terimakasih atas curahan kasih saying, dorongan doa, motivasi, dan pengorbanan materilnya selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Teman-teman seperjuangan skripsi, Delis, Jul, dan Rifdah yang selalu membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi.
8. Penyemangat saya dalam kondisi apapun; Haechan, Mark dan teman-temannya, serta diri saya sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan sabar dalam penyusunan tugas akhir skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca.



Jakarta, 17 Juli 2023

Isnaini Rahmah

201910325341

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Kajian Teoritis	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Keberagaman Produk	15
2.1.3 Promosi	18
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	21
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	24
2.1.6 <i>Merchandise</i> KPOP	28

2.2 Telaah Empiris	29
2.3 Kerangka Konseptual	31
2.4 Hipotesis.....	32
2.4.1 Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	32
2.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.4.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.4.4 Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.4.5 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.4.6 Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	35
2.4.7 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Populasi Dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data	37
3.4 Definisi <i>Operational Variable</i> dan Skala Pengukurannya	38
3.4.1 Definisi <i>Operational Variable</i>	38
3.4.2 Skala Pengukuran	40
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	40
3.5.1 Analisis Data.....	40

3.5.2 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	46
4.1.2 Visi & Misi	46
4.1.3 Logo Perusahaan.....	47
4.2 Deskripsi Data	47
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner	47
4.2.2 Identitas Responden.....	48
4.3 Hasil Dan Analisis Data	52
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
4.4 Uji Hipotesis.....	61
4.4.1 Korelasi Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	61
4.4.2 Analisis Mediasi	62
4.5 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	62
4.5.1 Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	62
4.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	63
4.5.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	64
4.5.4 Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
4.5.5 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	65
4.5.6 Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	65
4.5.7 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	66
BAB V PENUTUP.....	76

5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80

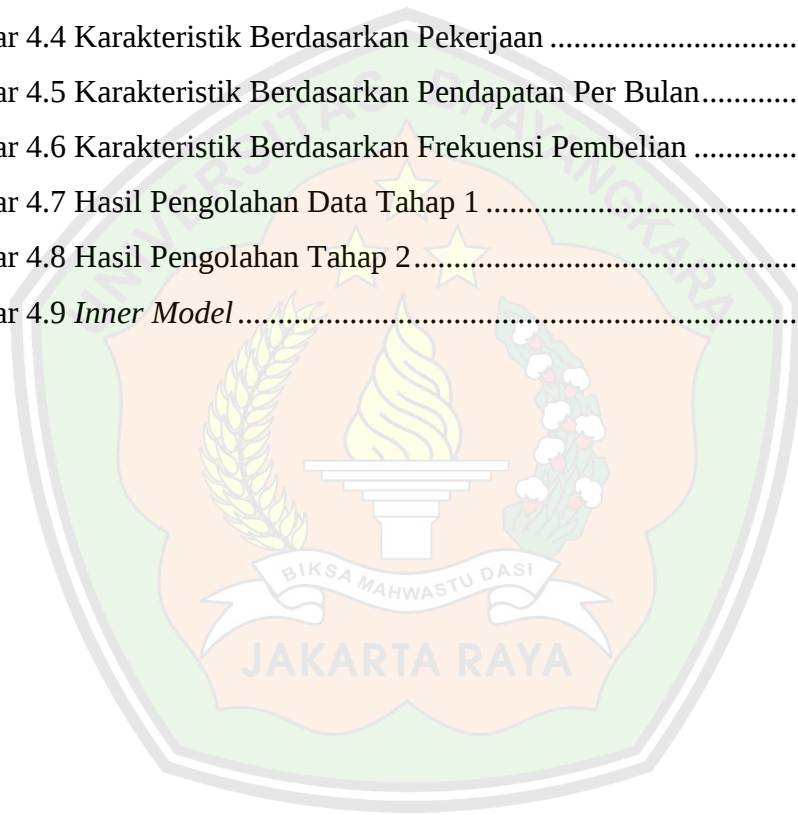


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keberagaman Produk <i>Merchandise</i> KPOP	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	38
Tabel 3.2 Definisi <i>Operational Variable</i>	38
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	48
Tabel 4.2 <i>Outer Loading</i>	53
Tabel 4.3 <i>Adjusted Outer Loading</i>	55
Tabel 4.4 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	56
Tabel 4.5 <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4.6 <i>Composite Reliability & Cronbach Alpha</i>	58
Tabel 4.7 Nilai <i>R Square</i>	59
Tabel 4.8 Nilai <i>Q Square</i>	60
Tabel 4.9 Korelasi Jalur	61
Tabel 4.10 <i>Specific Indirect Effect</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Hiburan Korea Selatan yang Disukai Oleh Responden.....	1
Gambar 1.2 Hasil Pra Survey Loyalitas Pelanggan Penggemar KPOP di Bekasi ..	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Logo Perusahaan SM <i>Entertainment</i>	47
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	49
Gambar 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	50
Gambar 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	51
Gambar 4.6 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	52
Gambar 4.7 Hasil Pengolahan Data Tahap 1	53
Gambar 4.8 Hasil Pengolahan Tahap 2.....	55
Gambar 4.9 <i>Inner Model</i>	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Uji Plagiarisme	77
Lampiran 2: Uji Referensi Skripsi	79
Lampiran 3: Surat Permohonan Pengisian Skripsi	83
Lampiran 4: Hasil Data Kuesioner.....	90
Lampiran 5: Hasil Olah Data SmartPLS 3.0.....	96
Lampiran 6: Buku Bimbingan.....	98
Lampiran 7: Daftar Riwayat Hidup.....	99

