

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
TB. DUA PUTRA JAYA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

IRSANDI SATRIA WIBOWO

NPM. 1801110154

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2022

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
TB. DUA PUTRA JAYA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

IRSANDI SATRIA WIBOWO

NPM. 1801110154

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2022

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : IRSANDI SATRIA WIBOWO
Nomor Pokok/NPM : 1801110154
Jurusan/ Program Studi : Ekonomi/Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan
Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas
Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya

Pembimbing Skripsi

Tanggal 12 Oktober 2022 Pembimbing I : Lusiana Nargis, SE, M.Si.
NIDN : 02221116101

Tanggal 12 Okt 22 Pembimbing II : Dra. Yasmina Martini, SE, M.M
NIDN : 0228035901

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,

Tanggal 17 Okt 22




Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

168/PS/DFE/22

Ketua Prodi Manajemen,


Tanggal 17 Okt 22


Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : IRSANDI SATRIA WIBOWO
Nomor Pokok/NPM : 1801110154
Jurusan/ Program Studi : Ekonomi/Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan
Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas
Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya

Penguji Skripsi
Tanggal 12. Oktober 2022 Ketua Penguji :  Lusiana Nargis, SE, M.Si.
NIDN : 02221116101

Tanggal 12. Okt 22 Penguji I :  Dra. Yasmina Martini, SE, M.M
NIDN : 0228035901

Tanggal 17. Okt 22 Penguji II :  Yunidar Erlina, SE, M.Si
NIDN: 0230066302

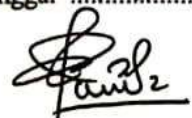
Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi
Tanggal 17. Okt 22



Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 17. Okt 22


Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN : 0222096301

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

Dan Kami perintahkan kepada manusia (berbuat baik) kepada kedua orang ibu bapaknya,
ibunya telah mengandungnya dalam keadaan lemah yang bertambah-tambah,
dan menyapihnya dalam dua tahun. Bersyukurlah kepada-Ku dan kepada dua orang ibu
bapakmu, hanya kepada-Kulah kembalimu." –

(QS. Luqman ayat 14)

Kupersembahkan Kepada:

1. ALLAH SWT
2. Kedua Orang Tuaku Tercinta Bapak Sakri Asir dan Ibu hartini yang telah memeberikan doa dan kasih sayangnya.
3. Saudaraku tersayang Ani wulandari dan Zahra asyifa Amelia atas doa dan dukungannya
4. Kedua pembimbingku Ibu Lusia Nargis, SE, M.Si dan Ibu Dra. Yasmina Martini, SE, M.M
5. Para Pendidik yang ku hormati
6. Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : IRSANDI SATRIA WIBOWO
Nomor Pokok : 1801110154
Angkatan : 2018
Fakultas : Ekonomi
Program Study : Manajemen Pemasaran
Program Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan
Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas
Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, September 2022

Penulis,



Irsandi Satria Wibowo

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran ALLAH SWT, karna berkat rahmat dan karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Universitas Tridianti Palembang, skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan skripsi pada jurusan Manajemen pada Universitas Tridianti Palembang

Pada kesempatan ini peneliti mengambil judul “PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TB. DUA PUTRA JAYA” Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih jauh sempurna, hal ini dikarnakan oleh terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki, untuk kritik dan saran yang sifatnya membangun peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi, semoga laporan yang peneliti buat dapat sangat bermanfaat untuk semua pihak.

Dalam penulisan laporan akhir skripsi ini penulis dibimbing dan diberi arahan atas pihak lembaga, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, M.P selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr.Msy.Mikial, SE,M.Si.Ak,CA,CSRS Dekan Fakultas Tridianti Palembang
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE, M.Si Wakil Dekan Fakultas Ekonomi

4. Ibu Mariyam Zanariah,SE,MM, Ketua program studi manajemen
5. Ibu Lusia Nargis, SE, M.Si, Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi dapat di selesaikan.
6. Ibu Dra. Yasmina Martini, SE, M.M Selaku pembimbing anggota yang telah meluangkan waktu dan berusaha keras memberi bimbingan serta mengarahkan guna penyelesaian skripsi.
7. Bapak dan ibu seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
8. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan doa dan semangat.

Akhir kata, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam skripsi ini, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Palembang, September 2022

Penulis,

Irsandi Satria Wibowo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Promosi	10
2.1.3 Kualitas Produk	17
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	21
2.1.5 Loyalitas Konsumen	27
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan	33
2.3 Kerangka Berfikir	34
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
3.1.1 Tempat Penelitian	36

3.1.2	Waktu Penelitian.....	36
3.2	Sumber dan Teknik Peumpulan Data.....	37
3.2.1	Sumber Data.....	37
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3	Populasi ,Sampel dan Teknik sampling.....	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sampel dan Teknik Sampling.....	40
3.4	Rancangan Penelitian	42
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	42
3.5.1	Variabel Penelitian.....	42
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	43
3.6	Instrumen Penelitian	45
3.6.1	Uji Validitas.....	46
3.6.2	Uji Reliabilitas	46
3.7	Teknik Analisa Data.....	46
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	47
3.7.2	Analisis Statistik Inferensial.....	47
3.8	Uji Hipotesis	51
3.8.1	Uji Simultan (Uji F).....	51
3.8.2	Uji Parsial (Uji t).....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	54
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	54
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	54
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	55
4.1.3.1	Struktur Organisasi	55
4.1.3.2	Uraian Tugas	55

4.1.4	Deskripsi Profil Responden	56
4.1.4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	56
4.1.4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
4.1.5	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	58
4.1.5.1	Uji Validitas.....	58
4.1.5.2	Uji Reliabilitas	63
4.1.6	Teknik Analisis Data	64
4.1.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	64
4.1.6.2	Uji Asumsi Klaisk	65
4.1.6.3	Analisis Linier Berganda	68
4.1.6.4	Koefisien Korelasi	69
4.1.6.5	Koefisien Determinasi	70
4.1.7	Uji Hipotesis Penelitian	71
4.1.7.1	Uji Simultan (Uji F)	71
4.1.7.2	Uji Parsial (Uji t)	72
4.2	Pembahasan Penelitian	75
4.2.1	Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya.....	75
4.2.2	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya.....	75
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya	76
4.2.4	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		79
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	33
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Jumlah Konsumen TB. Dua Putra Jaya.....	40
Tabel 3.3 Variabel Penelitian dan Definisi operasional.....	43
Tabel 3.4 Skala Likert.....	45
Tabel 3.5 Kriteria Hubungan Dua Variabel.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Promosi (X_1).....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (X_3).....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	66
Tabel 4.11 Hasil uji Analisis Linier Berganda.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefesien Korelasi.....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	55
Gambar 4.2 Uji Normalitas	65
Gambar 4.3 Uji Heteroskedasitas	67

ABSTRAK

IRSANDI SATRIA WIBOWO, PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TB. DUA PUTRA JAYA (Di bawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, SE, M.Si dan Ibu Dra. Yasmina Martini, SE, M.M)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 orang dari Konsumen TB. Dua Putra Jaya. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya dengan signifikan F sebesar $0,000 < 0,005$.Persamaan regresi linier berganda $Y = 21,969 + 0,212 X_1 + 0,458 X_2 + 0,450 X_3$. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya dengan nilai signifikan $0,002 < 0,005$.Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$.Terdapat Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

RIWAYAT HIDUP

IRSANDI SATRIA WIBOWO, lahir Banyuasin , 16 April 2000 dari Bapak Sakri Asir dan Ibu hartini.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2010 di SD Negeri Mainan Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2013 di Pon-pes Al-Ittifaqiah IndralayaOrgan Ilir Sumatera Selatan. Sekolah Menengah Kejurusan diselesaikan pada tahun 2016 di SMK Karya Sembawa Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin. Pada tahun 2018 melanjutkan Pendidikan ke Program Studi Strata I Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, September 2022

Irsandi Satria Wibowo

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin canggih sekarang ini mendorong perusahaan-perusahaan di Indonesia menghadapi persaingan yang cukup berat. Perusahaan harus mampu bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan usaha. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada loyalitas konsumennya. Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor yang dapat memberikan pengaruh yang lebih besar kepada konsumen. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka makin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang diharapkannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar.

Promosi adalah upaya untuk memberikan atau memperkenalkan berupa produk atau jasa untuk menarik pelanggan yang berpotensi menggunakan produk atau jasa tersebut. menurut Neil Alden Armstrong (2014:133) menjelaskan bahwa kegiatan promosi adalah aktifitas yang berfungsi untuk meyakinkan pelanggan dengan

memperlihatkan produk atau jasa tersebut sehingga dapat membujuk pelanggan untuk membelinya.

Kualitas produk juga mempengaruhi loyalitas konsumen Menurut Philip Kotler dan Neil Alden Armstrong (2014:224) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil.

Menurut Menurut Kotler dan Keller (2018:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Pengertian Loyalitas Konsumen Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya. Menurut Freddy (2012:60), “Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk.

TB. Dua Putra Jaya merupakan sebuah usaha yang bergerak pada penjualan bahan bangunan dan perkakas pembuat bangunan. Usaha dagang ini menjual berbagai bahan dan perkakas untuk membuat bangunan seperti pasir,

semen, paku, cat, besi pondasi, sekop, palu dan sebagainya. TB. Dua Putra Jaya berdiri pada tahun 2004, toko bangunan ini beralamat di Jl Lintas Palembang Jambi, KM 25 Desa Mainan – Sumatera Selatan.

Berdasarkan pengamatan langsung penulis kepada TB. Dua Putra Jaya dapat disimpulkan bahwa TB. Dua Putra Jaya kurang melakukan promosi produk-produk yang dijual sehingga konsumen kurang mengetahui TB. Dua Putra Jaya, hal ini penting diperhatikan *owner* TB. Dua Putra Jaya karena dengan strategi promosi yang dibuat diharapkan agar pelanggan mengetahui keberadaan Toko bangunan sebagai salah satu usaha penjualan material yang lengkap sehingga pelanggan tertarik untuk mengetahui lebih banyak mengenai barang apa saja yang dijual dan dengan strategi pemasaran yang dijalankan diharapkan pelanggan berminat untuk membeli barang yang dijual sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan pengamatan langsung penulis kepada TB. Dua Putra Jaya dapat disimpulkan bahwa banyaknya pelanggan yang kecewa dengan kualitas produk yang ada pada TB. Dua Putra Jaya karena saat barang pesanan datang kerumah pelanggan sering sekali terjadi kesalahan terhadap barang-barang yang dipesan seperti pintu kamar mandi retak, merek semen yang diantarkan berbeda dengan pesanan awal dan batu bata yang dipesan banyak yang hancur sehingga banyak pelanggan mengeluhkan kualitas produk yang dijual TB. Dua Putra Jaya, hal ini harus lebih diperhatikan oleh *owner* TB. Dua Putra Jaya agar dapat membuat strategi dan selalu mengingatkan karyawan untuk lebih teliti lagi memeriksa barang yang dipesan sebelum diantar, karena banyaknya keluhan

konsumen akan membuat loyalitas konsumen menurun untuk membeli lagi barang-barang yang dijual.

Berdasarkan pengamatan langsung penulis kepada TB. Dua Putra Jaya dapat disimpulkan bahwa pelanggan sering mengeluhkan kualitas barang yang di pesan serta kurang sopannya supir dan karyawan TB. Dua Putra Jaya saat mengantarkan pesanan sehingga barang yang dipesan seperti batu bata banyak yang rusak pada saat sampai ke pelanggan, hal tersebut membuat pelanggan kurang puas terhadap pelayanan TB. Dua Putra Jaya, tentu hal ini perlu menjadi perhatian bagi *owner* TB. Dua Putra Jaya agar memberikan masukan kepada setiap karyawan agar memperhatikan lagi barang-barang yang dijual agar sampai dengan baik dengan pelanggan, demi dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen untuk mau datang kembali ke TB. Dua Putra Jaya.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen secara simultan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya?

2. Apakah terdapat pengaruh Promosi secara parsial Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk secara parsial Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya?
4. Apakah terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen secara parsial Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui.

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen secara simultan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi secara parsial Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk secara parsial Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen secara parsial Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, serta menambah wawasan mengenai Pengaruh Promosi, Kualitas Produk

Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam melihat Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Dua Putra Jaya.

3. Bagi almamater

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis atau sebagai referensi bagi mereka yang membutuhkan informasi dalam bidang pemasaran khususnya mengenai Promosi, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen sebagai dasar perbandingan untuk dijadikan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. Y., Darna, N., & Kader, M. A. (2022). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan* (Studi Pada Konsumen Nattuna Garage Ciamis).
- Althazia, D., & Aziz, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk You Transmart Padang*. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(2), 601-615.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Anwar Sanusi, 2011, *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Arikunto, 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran* Jasa.Edisi 2. Bandung: ALFABETA
- Assauri (2015, *Manajemen Pemasaran Modern Yogyakarta*: Liberty.
- Basu. Hani, 2014, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* Yogyakarta : BPF
- Bambang Bhakti, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6762-6781.
- Daryanto, 2014, *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. ANDIOFFSET. Yogyakarta
- Dwi Priyatno, 2012, *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Donni. juni. priansa, 2017, *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Freddy, 2012, *Dinamika Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Pustaka Utama,. Jakarta
- Fandy. tjiptono, 2014, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Griffin, 2015 *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

- Hermawan, 2013, *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Hidayat, 2011, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- J. Stanton, 2012, *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga CV. ANDIOFFSET. Yogyakarta.
- Jill. Griffin, 2015, *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Kotler, 2012, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Dan Kontrol, Jilid 1*, Jakarta, PT. Prehalindo
- Kuncoro, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, 2013, *Pemasaran Industri*, Jakarta : Djambatan
- Neil Alden Armstrong, 2014, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Purnomo. edwin. setyo, 2017, *Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Keempat.
- Sangadji. sopiah, 2013, *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sutisna, 2013, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, 2011, *Manajemen Bisnis*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- William. J. Stanton, 2011, *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Cetakan Kedua, PT. Indeks, Jakarta
- Yusada, M. F., Rifa'i, M., & Novitawati, R. A. D. (2022). *Pengaruh Promosi, Layanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Champions Futsal Cabang Tlogomas Malang* (Doctoral dissertation, Fakultas Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggaladewi).