

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, VARIASI PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN
TA WAN CABANG PTC MALL**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

TRI YUNIARTI

NPM. 20.01.110.202

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

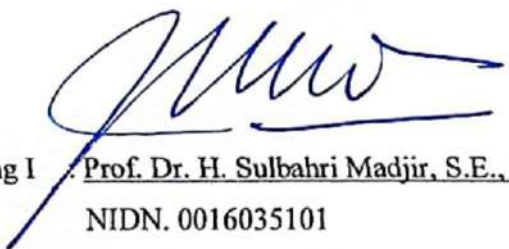
2024


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : TRI YUNIARTI
Nomor Pokok/NIRM : 2001110202
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, VARIASI
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN
TA WAN CABANG PTC MALL

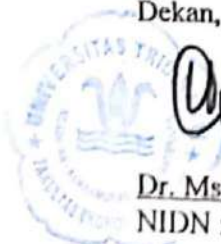

Pembimbing Skripsi

Tanggal 2-4-24 Pembimbing I : 
Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M. M
NIDN. 0016035101

Tanggal 04 April 2024 Pembimbing II : 
Liliana, S. E., M. Si
NIDN. 0214066501

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Msy. Mikial, S. E., M. Si., Ak. CA. CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi,


Mariyam Zanariah, S.E., M. M
NIDN : 0222096301

139 /PS/DFEB/ 24

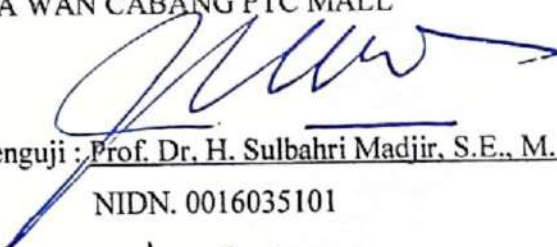
ii


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : TRI YUNIARTI
Nomor Pokok/NIRM : 2001110202
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, VARIASI
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN
TA WAN CABANG PTC MALL

Penguji Skripsi :

Tanggal 2-4-24 Ketua Penguji :  Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M. M
NIDN. 0016035101

Tanggal 2 April 24 Penguji I :  Liliana, S. E., M. Si
NIDN. 0214066501

Tanggal 2-4-24 Penguji II :  Dr. M. Ima Andriyani, S. E., M. Si
NIDN. 0201018001

Mengetahui,

Dekan,


Dr. Msy. Mikjal, S. E., M. Si., Ak. CA. CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi,


Mariyam Zanariah, S.E., M. M
NIDN : 0222096301

139 /PS/DFEB/ 24

iii

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

-

Al Baqarah 286

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

-

Ridwan Kamil

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*.
Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan.
Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya!”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada penulis beserta keluarga dan saudara/i lainnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku, Bapak Zainuri Hanan dan Ibu Homsia Hamdin. Mereka memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun mereka mampu mendidik, memotivasi, memberi dukungan semangat dan serta yang sujudnya selalu menjadi doa untuk keberhasilan anak-anaknya sekarang maupun kelak nanti.
2. Kepada cinta kasih ketiga saudari saya, Iis Yulianti, Yeyen Sahfitri, Della Agustin dan kedua kakak ipar saya Abdul Mutholib dan Zulfikar, serta dua keponakan lucu saya Qiana dan Aisyah. Terimakasih karena selama penulisan skripsi ini telah menghibur dan memberikan dukungan juga semangat sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-temanku 006 Family, M. Arief Alfaridzi, Didi Raihan, Dicky Muhammad Iqbal, Selawati. Terimakasih karena telah mau kebersamai dari awal masuk perkuliahan sampai dengan sekarang. Kita hebat!
4. Selawati, sahabat seperjuangan yang selalu memberikan inspirasi untuk terus melangkah maju kedepan, menjadi teman bertukar pikiran, dan selalu siap menjadi tempat berkeluh kesah penulis. Terimakasih atas waktu dan

perjuangan kita selama perkuliahan ini sehingga kita dapat bersama menyelesaikan skripsi ini.

5. Teman, sahabatku . Annisa, Rinna, Riska, Uti, dan Julia. Terimakasih telah mau kebersamai selama 10 tahun ini. Terimakasih atas dukungan dan semangat yang telah diberikan selama ini kepada penulis. Semoga kita tetap bisa bersama kelak.
6. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebut satu persatu. Terimakasih atas bantuan, semangat dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
7. Dan terakhir untuk diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah mampu berusaha keras, berjuang, semangat, dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dari luar sehingga proses penyusunan skripsi ini diselesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Terimakasih sudah bertahan. Kamu hebat dan keren, tey!.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tri Yuniarti

NPM : 2001110202

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Strata Satu (S1)

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan cabang PTC Mall”** adalah benar-benar merupakan karya asli saya. Kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan dengan skripsi ini, maka sepenuhnya tanggung jawab saya sebagai peneliti.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, Februari 2024

Peneliti,



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena rahmat, hidayah dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.

Peneliti menyadari dalam skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Secara khusus, peneliti sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M. S. selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S. E., M. Si, Ak. CA, CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti yang telah memberi bimbingan dan pengarahan selama masa studi.
3. Ibu Mariyam Zanariah, S. E., M. M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridianti Palembang.
4. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S. E., M. M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Liliana, S. E., M. Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Hisbullah, M. Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu selama proses pembelajaran.
7. Jajaran Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
8. Seluruh keluarga atas do'a dan dukungannya selama penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas semua dukungan, semangat, dan kerjasamanya.
10. Almamater tercinta.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Peneliti berharap kritik dan saran yang dapat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pendidikan dan penerapan dilapangan serta dapat dikembangkan lebih lanjut lagi.

Palembang, Februari 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
RIWAYAT HIDUP	xx
BAB I	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Kajian Teoritis	10

2.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.1.2. Konsep Pemasaran.....	11
2.1.3. Promosi Penjualan	12
2.1.3.1. Pengertian Promosi	12
2.1.3.2. Bauran Promosi.....	13
2.1.3.3. Pengertian Promosi Penjualan	14
2.1.3.4. Dimensi dan Indikator Promosi Penjualan	17
2.1.3.5. Tujuan Promosi Penjualan	20
2.1.4. Variasi Produk.....	24
2.1.4.1. Pengertian Variasi Produk	24
2.1.4.2. Dimensi dan Indikator Variasi Produk.....	26
2.1.5. Harga.....	28
2.1.5.1. Pengertian Harga.....	28
2.1.5.2. Peranan Harga.....	30
2.1.5.3. Penetapan Harga	31
2.1.5.4. Dimensi dan Indikator Harga.....	33
2.1.6. Loyalitas Pelanggan.....	35
2.1.6.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	35
2.1.6.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	36
2.1.6.3. Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2. Penelitian Lain yang Relevan	39
2.3. Kerangka Berpikir.....	42
2.4. Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.1.1. Tempat Penelitian.....	44
3.1.2. Waktu Penelitian	44
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.2.1. Sumber Data.....	45
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3. Populasi dan Sampel	47
3.3.1. Populasi.....	47
3.3.2. Sampel	48
3.4. Rancangan Penelitian	49
3.5. Variabel dan Definisi Operasional	50
3.6. Instrumen Penelitian.....	52
3.7. Pengujian Kualitas Data.....	53
3.7.1. Uji Validitas	53
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	54
3.8. Teknik Analisis Data.....	55
3.8.1. Uji Asumsi Klasik	56
3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3.8.3. Koefisien Korelasi	59
3.8.4. Koefisien Determinasi (R^2).....	59
3.8.5. Uji Hipotesis.....	60
3.8.5.1. Uji Simultan (Uji F)	60

3.8.5.2. Uji Parsial (Uji t)	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Hasil Penelitian	63
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	63
4.1.2. Susunan Organisasi.....	64
4.1.3. Tenaga Kerja	65
4.2. Pembahasan Dan Interpretasi	67
4.2.1. Karakteristik Responden.....	67
4.2.2. Pengujian Kualitas Data.....	69
4.2.2.1. Uji Validitas	69
4.2.2.2. Uji Reliabilitas	73
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	74
4.2.3.1. Uji Normalitas.....	74
4.2.3.2. Uji Multikolinearitas	77
4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas	79
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
4.2.5. Analisis Korelasi (R)	81
4.2.6. Koefisien Determinasi (R^2).....	83
4.2.7. Uji Hipotesis.....	84
4.2.7.1. Uji F.....	84
4.2.7.2. Uji t.....	85
4.3 Pembahasan	87
BAB V.....	93

5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Jumlah Pelanggan Restoran Ta Wan Tahun 2023	6
3.1 Waktu Penelitian.....	44
3.2 Operasional Variabel.....	50
3.3 Skala Likert.....	53
3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	69
4.1 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2 Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.3 Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan (X_1)	70
4.4 Hasil Uji Validitas Variasi Produk (X_2).....	71
4.5 Hasil Uji Validitas Hasil Uji Validitas Harga (X_3)	72
4.6 Hasil Uji Validitas Hasil Uji Loyalitas Pelanggan (Y)	73
4.7 Hasil Uji Reliabilitas Promosi Penjualan (X_1), Variasi Produk (X_2), Harga (X_3), dan Loyalitas Pelanggan (Y).....	74
4.8 Hasil Uji Normalitas.....	75
4.9 Hasil Uji Multikolonieritas	78
4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	80
4.11 Hasil Koefisien Korelasi (R).....	82
4.12 Koefisien Determinasi (R^2).....	84
4.13 Hasil Uji F Promosi Penjualan (X_1), Variasi Produk (X_2), dan Harga (X_3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	85

4.14 Hasil Uji T Promosi Penjualan (X_1), Variasi Produk (X_2), dan Harga (X_3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	86
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir	42
4.1 Struktur Organisasi Restoran Ta Wan.....	64
4.2 Histogram Hasil Uji Normalitas	76
4.3 <i>Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual</i> Hasil Uji Normalitas	77
4.4 Uji Heteroskedastisitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Kuesioner Penelitian	98
Tabulasi Data Responden.....	103
Tabel Tabulasi	106
Hasil Uji Validitas.....	116
Hasil Uji Reliabilitas	124
Hasil Uji Normalitas	128
Hasil Uji Multikolinearitas	129
Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	131
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi (R ²), Uji F, Dan Uji t.....	132
Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi	133
Tabel Distribusi Nilai rtabel	134
Tabel Distribusi Nilai Ftabel	136
Tabel Distribusi Nilai ttabel	138

ABSTRAK

Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall.

Skripsi ini pada dasarnya meneliti tentang Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan, variasi produk, dan harga baik secara simultan maupun secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Ta Wan cabang PTC Mall.

Sampel pada penelitian ini adalah 100 orang dari 2.500 populasi selama bulan November 2023. Penelitian ini menggunakan analisis *statistic deskriptif* dan *statistic parametric* yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi berganda, uji korelasi, uji determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini diperoleh $Y = 3.993 + 0,315 X_1 + 0,183 X_2 + 0,548 X_3 + e$ dimana koefisien regresi (pengaruh) Promosi Penjualan (X_1) sebesar 0,315, Variasi Produk (X_2) sebesar 0,183, dan Harga (X_3) sebesar 0,548 dengan konstanta sebesar 3.993 . Berdasarkan uji t (uji secara parsial) dan uji F (uji secara simultan) dapat dilihat ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Promosi Penjualan, Variasi Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan secara simultan atau parsial.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Variasi Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan

RIWAYAT HIDUP

Tri Yuniarti, dilahirkan di Palembang pada tanggal 13 Juni 2001. Dari Ayah Zainuri Hanan dan Ibu Homsia Hamdin, anak ketiga dari empat bersaudara. Dengan kakak perempuan yang bernama Iis Yulianti dan Yeyen Sahfitri, adik perempuan yang bernama Della Agustin. Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 186 Palembang, Sekolah Menengah Pertama di selsesaikan pada tahun 2017 di SMPN 57 Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2020 di SMKN 5 Palembang. Dan pada tahun 2020 memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Februari 2024

Peneliti

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis semakin hari semakin ketat, baik bagi perusahaan barang maupun perusahaan jasa. Agar perusahaan tetap dapat bertahan akan keberlangsungan kegiatan usahanya, maka pelaku usaha harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Di Indonesia sektor usaha kuliner (makanan) telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam memberikan kemudahan dan kepuasan bagi semua yang menikmatinya. Perkembangan yang pesat pada industri kuliner (makanan) ini menuntut pengusaha kuliner untuk bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen untuk singgah dan menikmati makanan yang disajikan. Untuk itu, pengusaha kuliner dalam menjalankan usahanya perlu mencermati dan mengetahui perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran yang penting di dalam perusahaan. Dengan mempertahankan loyalitas mereka sama halnya dengan meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pengaruh serangan kompetitor dari bisnis sejenis dapat berkurang, bukan hanya kompetisi dalam hal produk tetapi juga dalam hal persepsi dengan adanya loyalitas pelanggan (Aris, 2016).

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah promosi penjualan. Promosi adalah kegiatan terintegrasi yang meliputi public relation, iklan, sales promotion, dan personal selling dengan tujuan mengenalkan produk atau jasa dan bisa menjaga hubungan dengan pelanggan. Promosi mempunyai pengaruh besar dalam peningkatan loyalitas pelanggan, karena pelanggan merasakan adanya keuntungan langsung dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan (Montolalu et al., 2015; Christian dan Mananeke, 2016). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya yaitu hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis dan baik, memberikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang bisa menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri.

Faktor selanjutnya variasi produk. Variasi produk bisa berupa komposisi ataupun jenis produk yang berbeda yang memudahkan seorang konsumen memilih dan membeli suatu produk sesuai dengan keinginan mereka. Di lokasi penelitian yaitu pada Restoran Ta Wan menjual makanan yang beragam hidangan khas dari Chinese lainnya dengan sentuhan lokal sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Di lokasi penelitian terdapat berbagai macam varian produk yang disukai oleh pelanggan.

Selain promosi penjualan dan variasi produk, harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pada kenyataannya memang menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Harga jual pada hakikatnya merupakan

tawaran kepada para konsumen. Apabila konsumen menerima harga tersebut maka produk tersebut akan laku, sebaliknya bila konsumen menolaknya maka diperlukan peninjauan kembali harga jual produk tersebut.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah *Serqual (service quality)* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry. Dalam *Serqual* ada lima dimensi kualitas yaitu berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsive*), jaminan dan kepastian (*assurance*), serta empati (*empathy*). (Lopiyoadi dan Hamdani, 2006:182). Jika perusahaan dapat memenuhi kepuasan konsumen maka akan timbul suatu loyalitas. Kepuasan konsumen adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan, maka konsumen tersebut tidak puas. Tetapi bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan maka konsumen akan puas atau sangat gembira.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan lainnya adalah lokasi. Lokasi adalah tempat dimana perusahaan itu berdiri. Lokasi yang sangat strategis sangat diperlukan disini. Konsumen selalu memilih lokasi yang strategis seperti dekat dengan rumah, kantor, atau satu arah dengan rute berpergian mereka. Lokasi restoran Ta Wan ini sudah termasuk strategis yaitu berlokasi di dalam Mall, sehingga konsumen dengan mudah untuk mengunjungi restoran Ta Wan.

Loyalitas adalah suatu tindakan yang diambil secara langsung oleh pelanggan dengan cara memberikan keputusan yang bersifat sama dalam jangka waktu yang panjang (Fathoni & Haryono, 2016). Faktor yang dapat menunjang timbulnya loyalitas pelanggan di sebuah restoran diantaranya dengan adanya promosi penjualan, variasi produk, dan harga yang relatif terjangkau dan adanya rasa nyaman dan aman pada pelanggan ketika bersantap di restoran (Astari et al., 2022). Dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, pengusaha harus terus melakukan inovasi atau menciptakan ide dengan hal-hal yang baru yaitu berbagai cara untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya dan juga perusahaan harus bisa menetapkan strategi pemasaran yang baik, misalnya dengan melakukan promosi dan penetapan harga yang tepat sesuai dengan pangsa pasar agar dapat menciptakan kepuasan konsumen dan dapat menciptakan pelanggan yang loyalitas.

Perjalanan kuliner Ta Wan dimulai dari sebuah restoran Chinese food yang terkenal akan buburnya yang lezat di tahun 1996. Saat ini Ta Wan telah berkembang pesat menjadi jaringan restoran Chinese food ternama dengan jumlah outlet terbanyak di Indonesia dimana per 2023 telah mencapai 92 gerai, dan akan terus bertambah, tersebar di lebih dari 20 kota besar dan menengah di Indonesia. Produk Ta Wan pun bervariasi, seperti berbagai macam bubur, dimsum, mie, nasi goreng, seafood, sup, dan juga terdapat hidangan penutup, serta berbagai macam minuman. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Ta Wan yaitu dengan adanya promosi seperti Promo Ta Wan Double Hoki, Promo Ta Wan Restaurant Anniversary, Promo

Ta Wan Lunch Box Gold, Promo Ta Wan Restaurant Paket Berdua, Promo Ta Wan Summer Series, dan Promo Ta Wan Dimsum Ceria. Promosi yang dilakukan tidak hanya berlaku di tempat saja, tetapi juga ada promosi melalui pemesanan online. Harga di restoran Ta Wan pun relatif ekonomis yaitu dimulai dari harga Rp20.000 saja dan ada berbagai macam harga lainnya sesuai dengan produk yang diinginkan. Jika dibandingkan dengan restoran lain yaitu seperti Pizza Hut, mungkin harga dan promosi yang dilakukan tidak berbeda jauh dengan restoran Ta Wan, tetapi Pizza Hut dominan hanya menyajikan Pizza dengan berbagai topping lainnya tidak ada lagi variasi produk yang lainnya seperti yang disajikan oleh restoran Ta Wan. Dan mungkin dengan variasi-variasi produk yang ada di Ta Wan bisa menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian di restoran Ta Wan.

Dengan harga yang cukup ekonomis, promo yang selalu dilakukan, dan banyaknya variasi produk, mungkin saja banyak konsumen yang akan melakukan pembelian ulang di restoran Ta Wan, sehingga akan terciptanya loyalitas pelanggan di restoran Ta Wan cabang PTC Mall ini.

Berdasarkan penelitian awal, promosi penjualan merupakan bagian dari aktivitas pemasaran yang dimana perusahaan tersebut melakukan komunikasi pemasaran menyebarkan promosi melalui instagram atau sosial media lainnya, melakukan undian atau diadakannya give away bagi konsumen, dan lain-lain. Namun, promosi yang ditawarkan kadang sudah tidak berlaku ataupun tidak ada tetapi hal tersebut tidak dipermasalahkan oleh konsumen karena pihak Ta Wan memberikan promosi yang lain.

Produk makanan dan minuman yang disediakan oleh Ta Wan juga banyak. Banyaknya variasi produk makanan dan minuman diharapkan dapat menarik konsumen dan konsumen pun merasa puas dengan produk yang ada, mengingat selera dan keinginan konsumen yang berbeda-beda. Variasi produk yang disediakan di Ta Wan terkadang ada salah satu produk yang tidak tersedia atau habis karena beberapa hal seperti bahan yang digunakan sudah habis atau belum datang, namun masih ada produk yang lain yang bisa dibeli yang memiliki cita rasa yang tinggi.

Harga makanan dan minuman yang ditetapkan oleh Ta Wan berkisar dari Rp20.000 sampai dengan Rp120.000. Namun, harga yang tertera tersebut belum termasuk PPN 10%, sehingga pada saat melakukan pembayaran sub total tersebut akan ditambah dengan PPN. Sehingga harga yang ditetapkan sedikit mahal dari restoran lain yang menjual produk yang sama. Tetapi harga yang ditetapkan di Ta Wan sesuai dengan kualitas peroduk dan cita rasa makanan dan minuman yang disajikan.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pelanggan Restoran Ta Wan
Tahun 2023

Bulan	Jumlah Pelanggan	Persentase (%)
Juli	3.084	11,34
Agustus	3.123	12,76
September	2.964	10,32
Oktober	3.110	12,21
November	2.500	9,67

Sumber : Di olah peneliti dari Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall.

Dari data tersebut bisa diketahui jika jumlah pelanggan Restoran Ta Wan pada bulan Juli – November tahun 2023 sebanyak 14.781. Dan dapat dilihat juga bahwa loyalitas pelanggan selama bulan Juli – November 2023 mengalami fluktuasi. Pada bulan Juli jumlah pelanggan sebanyak 3.084 dengan persentase 11,34 dan mengalami kenaikan pada bulan Agustus dengan jumlah pelanggan sebanyak 3.123 dengan persentase 12,76 dan mengalami penurunan pada bulan September dengan jumlah pelanggan sebanyak 2.964 dengan persentase 10,32 dan mengalami kenaikan kembali pada bulan Oktober dengan jumlah pelanggan sebanyak 3.110 dengan persentase 12,21 dan mengalami penurunan kembali pada bulan November dengan pelanggan sebanyak 2.500 dengan persentase 9,67. Kondisi ini yang dikhawatirkan Restoran Ta Wan apabila setiap saat konsumennya terus berkurang.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk, dan Harga Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall?

2. Apakah ada Pengaruh Promosi Penjualan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall?
3. Apakah ada Pengaruh Variasi Produk Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall?
4. Apakah ada Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang dan Rumusan Masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui menganalisis dan membuktikan :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk, dan Harga Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi Penjualan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Variasi Produk Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan Cabang PTC Mall.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak yang membacanya maupun terikat secara langsung didalamnya, adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Penelitian

Sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan berfikir dan pengetahuan tentang loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh promosi penjualan, variasi produk, dan harga.

2. Bagi Universitas

Dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui kualitas yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai persepsi promosi penjualan, variasi produk, dan harga untuk Restoran Ta Wan agar lebih baik lagi.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pembaca dan penelitian berikutnya yang akan mengambil masalah yang sama dan dijadikan sebagai informasi dalam penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Althazia, Dhea, dan Nazarudin Aziz. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk You Transmart Padang*. Jurnal Bina Bangsa Ekonomika, Volume, 15, Nomor, 2.
- Anggia, Tulandi Riry. *Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post*. Jurnal Emba, Volume, 3 Nomor, 2.
- Anggraini, Fifin, dan Anindhyta Budiarti. 2020. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Gojek*. Jupe, Volume, 08, Nomor, 03.
- Amanda, T., Nurmalina, R., & Jahroh, S. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Waroeng Hotplate Odon Bogor*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 9(1).
- Efnita, Titik. *“Effect of Variation of Products, The Service Quality, Price and Location On Customer Satisfaction Wedding Organizer”*. Jurnal: AdBispreneur. Vol.2 No.2. 2017.
- Faradisa, Isti, dkk. *“Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS Café)”*. Journal of Management. Volume 2 No.2. 2016.
- Faradisa,I. Hasiholan,L.B & Minarsih,M.M,(2016). *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café)*. Jurnal Universitas Pandanaran Semarang. Journal of Management. Vol 2. No 2.
- Harfania, F. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek Sa’I Yogyakarta)*. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI),7(6), 581-591. OlogiYogyakarta).
- Heriyanto, D., & Nurtjahni, F. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Cap Jempol Ponsel Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis, 3(1), 316-321.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

- Indrasari. (2017). *Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yes Delivery Di Plosokandang Tulungagung*. *Ekonomi-Manajemen*, 01(07), 2–12.
- Jamarudin, 2019. *Pengaruh Variasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen Bedukmutu di UMY*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 10(1).
- Jiwandono, A., Arifin, R. & Hufron, M. (2019). *Pengaruh harga, kualitas produk, promosi, dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen pada Warung Bakso Tiara Kediri (studi pada konsumen Bakso Tiara Kediri di Tulungagung)*. *E- Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*.
- Khoirullah, K., Haryono, A. T., & Wulan, H. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Roti Bakar Breadhouse Sirojudin, Tembalang Semarang)*. *Journal of Management*, 4(4).
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Index.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 & 2. Erlangga, Jakarta
- Kurniasih, Indah Dwi. 2012. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Kepuasan (studi pada bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)*. *Journal Administrasi Bisnis* 1(1).
- Kusumanegara, Erlangga Tahta. “*Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Di Baskin Robbins Ice Cream Mal Ciputra Semarang*”. Skripsi. Semarang:Universitas Diponegoro. 2012.
- Manisah, Dkk. 2023. *Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir*.
- Maichael. “*Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dapur Pandhawa*”. *Jurnal: PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. Volume 2 Nomor 6. 2018.
- Muharam, Irwan. 2014. *Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*, UPI YPTK, Padang.
- Permono, V. R., & Pasharibu, Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pizza Hut*. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1), 129-135.

- Purnamasari, Eliasinta; D. Darmawan & D. Baskara. 2002. *Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Ilmu Manajemen. 3(1), 34-46.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2013.
- Wilujeng, Sri. “*Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang*”. *Modernisasi*. volume 11 No. 2. 2015.
- Wilujeng, S. dan M. Fakhruddin. (2015). *Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang*. Jurnal. Malang: Prodi Manajemen FEB Universitas Kanjuruhan Malang.

