

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VILLA SETIA
DI PUNCAK BOGOR**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

SALMATUL SAADAH
NIM: 2411807209



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VILLA SETIA
DI PUNCAK BOGOR**

Oleh:

Nama : SALMATUL SAADAH
Nim : 2411807209
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Hanantyoko Dewanto, SP., MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S. Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VILLA SETIA
DI PUNCAK BOGOR**

Oleh:

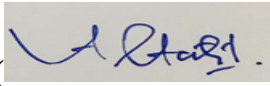
Nama : SALMATUL SA'ADAH
Nim : 2411807209
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 10 Agustus 2022
Waktu : 10.40 – 12.00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Altatit Dianawati, S. Si., MM. ()
Penguji II : Nuryani Susana, S. Pd., SH., MH. (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SALMATUL SA'ADAH
NIM : 2411807209
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201254805980001
Alamat : Kp.Cidokom RT/RW 004/008, Desa Kopo, Kecamatan Cisarua
Kabupaten Bogor, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Villa Setia di Puncak Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 10 Agustus 2022

SALMATUL SA'ADAH

ABSTRAK

SALMATUL SA'ADAH. NIM 2411807209. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Villa Setia di Puncak Bogor.

Jasa penyewaan villa adalah salah satu transaksi yang cukup sering terjadi di Puncak Cisarua Bogor, karena banyaknya wisatawan yang datang dari luar daerah Bogor untuk menikmati suasana sejuknya Puncak Bogor. Villa Setia adalah tempat penyewaan untuk menginap yang berada di daerah Leuwimalang Puncak Bogor. Tempat yang cukup strategis untuk para wisatawan menginap dan berlibur, namun banyaknya persaingan antar akomodasi maka untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perlu perhatikan aspek yang menunjang kelayakan pengunjung seperti harga, promosi, ataupun kualitas pelayanan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Villa Setia Puncak Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Non-Probability Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 97 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 62,80% faktor-faktor loyalitas pelanggan Villa Setia Puncak Bogor dijelaskan oleh harga, promosi, dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 37,20% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan uji F menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Villa Setia Puncak Bogor dengan hasil $F_{hitung} = (55,120) > F_{tabel} = (2,70)$. Hasil Uji t menunjukkan variabel harga hasil analisis $t_{hitung} (3,992)$, promosi $(5,312)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil $t_{hitung} (1,162)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Villa Setia Puncak Bogor. Bisa dijelaskan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan Villa Setia Puncak Bogor adalah promosi.

Kata kunci: harga, promosi, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

SALMATUL SA'ADAH. NIM 2411807209. *The Effect of Price, Promotion, and Service Quality on Customer Loyalty at Villa Setia of Puncak Bogor.*

Villa rental services are one of the transactions that quite often occur in Puncak Cisarua Bogor, because of the many tourists who come from outside the Bogor area to enjoy the cool atmosphere of Puncak Bogor. Villa Setia is a rental place to stay in the Leuwimalang area, Puncak Bogor. A strategic place for tourists to stay and vacation, but there is a lot of competition between accommodations, so to get customer loyalty it is necessary to pay attention to aspects that support visitor loyalty such as price, promotion, or service quality.

The purpose of this study was to determine and analyze The Effect Of Price, Promotion, and Service Quality on Customer Loyalty at Villa Setia Puncak Bogor. The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection is done by means of Non-Probability Sampling. The sample amounted to 97 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test show that 62.80% of the factors of customer loyalty at Villa Setia Puncak Bogor are explained by price, promotion, and service quality, while the remaining 37.20% is explained by other factors not examined in this study. While the F test shows that the independent variables consisting of price, promotion, and service quality simultaneously have a significant effect on customer loyalty at Villa Setia Puncak Bogor with the results $F_{\text{count}} = (55.120) > F_{\text{table}} = (2.70)$. The results of the t test show that the price variable is the result of the analysis of $t_{\text{count}} (3.992)$, promotion (5.312) where $t_{\text{table}} (1.985)$ then partially these variables have a significant effect on customer loyalty while the service quality variable shows the results of $t_{\text{count}} (1.162)$ where $t_{\text{table}} (1.985)$ then this partial variable has no significant effect on customer loyalty at Villa Setia Puncak Bogor. It can be explained that the most dominant variable influencing customer loyalty at Villa Setia Puncak Bogor is promotion.

Keywords: price, promotion, service quality, customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya sebagai syarat kelulusan Sarjana Ekonomi. Sholawat beserta salam penulis curahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di akhir zaman kelak.

Penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Villa Setia di Puncak Bogor”** ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan penulis memilih judul tersebut karena melihat banyaknya wisatawan lokal dan interlokal di Puncak yang membutuhkan jasa penginapan untuk istirahat individu maupun bersama keluarga. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui standar apa saja yang diminati para wisatawan saat menyewa villa.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak Hanantyoko Dewanto, SP., MM sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa khususnya angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Abdul Rohim serta Ibunda Titin Sri Martini tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Rian Pratama teman terbaik sekaligus Pengelola Villa Setia Puncak Bogor yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu, penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 10 Agustus 2022
Penulis,

SALMATUL SA'ADAH
NIM: 2411807209

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMABARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Harga	7
2.1.2. Promosi	8
2.1.3. Kualitas Pelayanan	12
2.1.4. Loyalitas Pelanggan	16
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Berpikir	20
2.4. Hipotesis	22
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	23
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.3.1. Populasi	24
3.3.2. Sampel	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data	25
3.5. Devinisi Operasional Variabel	26
3.5.1. Variabel Bebas	26
3.5.2. Variabel Terikat	28
3.6. Teknik Analisis Data	29

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	29
3.6.2. Persamaan Regresi	30
3.6.3. Uji Kualitas Data	31
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	33
3.6.5. Uji Hipotesis	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	38
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.2. Karakteristik Responden	39
4.1.3. Tanggapan Responden	40
1. Harga (X_1)	41
2. Promosi (X_2)	43
3. Kualitas Pelayanan (X_3)	45
4. Loyalitas Pelanggan (Y)	48
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	53
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
1. Uji Normalitas	54
2. Uji Multikolinieritas	55
3. Uji Heteroskedastisitas	55
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	57
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	57
2. Hasil Uji F (Simultan)	58
3. Koefisien Determinasi	59
4. Hasil Uji T (Parsial)	60
5. Pengaruh Dominan	61
4.2. Pembahasan	61
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	64
5.2. Saran	64
 DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Pengunjung Villa Setia Puncak Bogor	2
Tabel 1.2.	Data <i>Repeat Order</i> Pelanggan Villa Setia Puncak Bogor	2
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	23
Tabel 3.2.	Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 3.3.	Angka Penafsiran	30
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden	39
Tabel 4.2.	Tanggapan Responden Variabel Harga	41
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden Variabel Promosi	43
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	48
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	51
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	52
Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	52
Tabel 4.9.	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 4.10.	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.11.	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	55
Tabel 4.12.	Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	56
Tabel 4.13.	Hasil Uji Regresi Berganda	57
Tabel 4.14.	Hasil Uji F	59
Tabel 4.15.	Koefisiensi Determinasi	59
Tabel 4.16.	Hasil Uji t (Uji Parsial)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Penelitian	21
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	54
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner penelitian	68
Lampiran 2	Surat keterangan penelitian	70
Lampiran 3	Tabulasi data	71
Lampiran 4	Hasil Output SPSS uji kualitas data	73
Lampiran 5	Hasil Output SPSS uji asumsi klasik dan uji hipotesis	77
Lampiran 6	Kartu bimbingan	81
Lampiran 7	Daftar riwayat hidup	82
Lampiran 8	Tabel F	83
Lampiran 9	Tabel t	84