

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM LE  
MINERALE 600 ML DI BOGOR**

***THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT  
QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF 600ML  
MINERAL WATER IN BOGOR***

**Oleh**

**ADE SURYANI  
61201021008993**

**SKRIPSI**



**JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**

**DEPOK**

**2025**



**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM LE  
MINERALE 600 ML DI BOGOR**

***THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT  
QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF 600ML  
MINERAL WATER IN BOGOR***

**Oleh**

**ADE SURYANI  
61201021008993**

**SKRIPSI**

Telah disahkan dan disetujui pada :

Tempat : Depok

Tanggal : 25 Juli 2025

**Dosen Pemimbing**

**Ketua Jurusan**

**Eko Wahyu Widayat, S. Si., S.E., M.M**  
NIDN/NUPTK: 0131017804

**Drs. Henky Hendrawan. MM., M.Si.**  
NIDN/NUPTK: 0416076506

Mengetahui  
**Ketua**  
**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici**

**Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S**  
NIDN/NUPTK : 2017065701

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM LE  
MINERALE 600 ML DI BOGOR**

***THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT  
QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF 600ML  
MINERAL WATER IN BOGOR***

**Oleh**

**ADE SURYANI  
61201021008993**

**SKRIPSI**

Telah diujikan Pada :  
Tempat : Depok  
Tanggal : 25 Juli 2025

**Ketua Penguji**

**Anggota Penguji**

**Mega Indah Editvawati, SE, MM**  
NIDN/NUPTK : 0418028503

**Nuryani Susana, S.Pd, SH, MH**  
NIDN/NIPTK : 0330106805

Mengetahui  
**Ketua Jurusan Manajemen**

**Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si**  
NIDN/NIPTK : 0416076506

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ADE SURYANI  
NIM : 61201021008993  
Jurusan : Manajemen  
No KTP : 3201125608020008  
Alamat : Kp. Sawah RT.01 / RW.07 Desa Bojong, Kec.  
Kemang, Kab. Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Le Minerale 600ml di Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain ( plagiat ).
2. Memberikan izin hak bebas loyalty non-eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici untuk menyimpan, mengalihmediakan, atau mengalihinformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademik baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian surat 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 dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok 25 Juli 2025

ADE SURYANI

**Nama Lengkap : ADE SURYANI**  
**NIM : 61201021008993**  
**Judul Skripsi : Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Le Minerale 600ML di Bogor.**

### **ABSTRAK**

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air minum Le Minerale 600ML di Bogor. Dalam menghadapi persaingan industri air minum dalam kemasan (AMDK ) Le Minerale memperlihatkan keunggulan nya melalui system perlindungan mineral dan strategi branding yang kuat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda melalui software SPSS versi 26. Sampel menggunakan purposive sampling dari 100 responden pelanggan Le Minerale 600ML di Bogor. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa harga, promosi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Le Minerale, dengan nilai F hitung sebesar 57,789 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,639 menunjukkan bahwa ketiga variabel menjelaskan 63,9% variasi loyalitas pelanggan. Secara parsial, harga ( $t = 2,471$ ), promosi ( $t = 2,202$ ), dan kualitas produk ( $t = 5,333$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Le Minerale**

### ***ABSTRACT***

*This study investigates the impact of price, promotion, and product quality on customer loyalty toward Le Minerale 600ML bottled water in Bogor. Amidst growing competition in the bottled drinking water (AMDK) industry, Le Minerale showcases its competitive advantages through a mineral protection system and strong branding strategies. Employing a quantitative approach, the research utilizes multiple linear regression analysis via SPSS version 26. A purposive sampling technique was applied to select 100 respondents who are consumers of Le Minerale 600ML in Bogor. The results reveal that price, promotion, and product quality collectively exert a significant influence on customer loyalty, as indicated by an F-value of 57.789 and a significance level of  $0.000 < 0.05$ . The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.639 suggests that these three variables account for 63.9% of the variation in customer loyalty. Individually, price ( $t = 2.471$ ), promotion ( $t = 2.202$ ), and product quality ( $t = 5.333$ ) each demonstrate a positive and statistically significant effect on customer loyalty.*

**Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Customer Loyalty, Le Minerale**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya.

Penelitian dengan judul **Pengaruh Harga, Promosi dan Kualiatas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Le Minerale 600 ML di Bogor** . Ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

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

1. Bapak Mildy Rifa'I, SE. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan. MM., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S. Si., S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
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.
6. Ucapan terima kasih yang tiada terhingga penulis sampaikan kepada ibunda Maimunah tercinta, yang selalu memberikan cinta, doa, serta dukungan tanpa batas. Semua yang telah penulis selesaikan hingga tahap skripsi ini tidak lain dan tidak bukan dari pengorbanan dan kasih sayang nya.
7. Dengan penuh rasa hormat dan kerinduan, saya persembahkan ucapan terima kasih kepada Almarhum Bapak Yusuf tercinta yang telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi terbesar dalam hidup saya. Meski beliau telah tiada, kasih sayang dan doa yang beliau berikan akan selalu menjadi kekuatan bagi saya untuk melangkah.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2021 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan penuh suka cita.

9. Kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang, bertahan, dan pantang menyerah dalam berusaha dari awal perkuliahan sampai dengan diselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
10. Serta keluarga dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama pembuatan laporan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya di masa 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 kesehatan dan semoga kesuksesan akan diraih oleh kita semua. Aamiin.

Depok, 25 Juli 2025

Ade Suryani



## DAFTAR ISI

|                                            | Halaman     |
|--------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR JUDUL SKRIPSI.....</b>           | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>     | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI.....</b>       | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>             | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR ABSTRAK.....</b>                 | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                 | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                     | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>               | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I LATAR BELAKANG MASALAH.....</b>   | <b>1</b>    |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....             | 4           |
| 1.3 Pembatasan Masalah .....               | 4           |
| 1.4 Perumusan Masalah .....                | 5           |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....                | 5           |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....               | 5           |
| 1.7 Sistematika Penulisan.....             | 6           |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>         | <b>7</b>    |
| 2.1 Landasan Teori.....                    | 7           |
| 2.1.1 Harga .....                          | 7           |
| 2.1.2 Promosi .....                        | 8           |
| 2.1.3 Kualitas Produk .....                | 9           |
| 2.1.4 Loyalitas Pelanggan .....            | 10          |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....             | 11          |
| 2.3 Kerangka Konseptual .....              | 14          |
| 2.4 Hipotesis.....                         | 16          |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b> | <b>17</b>   |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....      | 17          |
| 3.2 Jenis dan Metode Penelitian.....       | 17          |

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| 3.3 Populasi dan Sampel .....              | 18        |
| 3.3.1 Populasi .....                       | 18        |
| 3.3.2 Sampel .....                         | 18        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....          | 19        |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel .....    | 20        |
| 3.5.1 Variabel Bebas .....                 | 20        |
| 3.5.2 Variabel Terikat .....               | 22        |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....             | 24        |
| 3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran .....     | 24        |
| 3.6.2 Persamaan Regresi .....              | 25        |
| 3.6.3 Uji Kualitas Data .....              | 26        |
| 3.6.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....        | 28        |
| 3.6.5 Uji Hipotesis Penelitian .....       | 29        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>    | <b>33</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                 | 31        |
| 4.1.1 Gambaran umum perusahaan .....       | 31        |
| 4.1.2 Karakteristik Responden. ....        | 32        |
| 4.1.3 Tanggapan Responden .....            | 34        |
| 4.2 Hasil Analisis Data .....              | 41        |
| 4.2.1 Hasil Uji Kualitas Data .....        | 41        |
| 1. Uji Validasi. ....                      | 41        |
| 2. Uji Reliabilitas .....                  | 43        |
| 4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....        | 43        |
| 1. Uji Normalitas .....                    | 44        |
| 2. Uji Multikolinieritas .....             | 45        |
| 3. Uji Heteroskedastisitas .....           | 46        |
| 4.2.3 Hasil Uji Hipotesis .....            | 47        |
| 1. Persamaan Regresi Linier Berganda ..... | 47        |
| 2. Hasil Uji F (Uji Simultan) .....        | 48        |
| 3. Koefisien Determinasi .....             | 49        |
| 4. Hasil Uji T (Uji Parsial) .....         | 49        |
| 5. Pengaruh Dominan .....                  | 50        |

|                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------|
| 4.3 Pembahasan .....                    | 51        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> | <b>52</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                    | 52        |
| 5.2 Saran.....                          | 53        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>              | <b>54</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                    | <b>55</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....                              | 13 |
| Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian .....                     | 17 |
| Tabel 3.2 Devinisi Operasional Variabel .....                     | 22 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....                           | 33 |
| Tabel 4.2 Tanggapan Responden Variabel Harga .....                | 35 |
| Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Promosi .....              | 36 |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk .....      | 38 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan .....  | 40 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....                | 41 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....              | 42 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Variabel Kualitas Produk .....                | 42 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas .....                            | 43 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogorot Smirnov .....                     | 44 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF ) ..... | 46 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda .....                       | 47 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji F ( Simultan ) .....                         | 48 |
| Tabel 4.14 Koefisien Determinasi .....                            | 49 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji T ( Uji Parsial ) .....                      | 50 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 kemasan le mineral.....                                      | 2  |
| Gambar 1.2 Databook tahun 2022 .....                                    | 3  |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....                         | 15 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....                                   | 45 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik ..... | 46 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner penelitian .....                                | 55 |
| Lampiran 2. Tarbulasi Data Kuesioner .....                            | 61 |
| Lampiran 3. Hasil Uji Kualitas Data (Validitas dan Reliabilitas)..... | 62 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi klasik dan Uji Hipotesis .....           | 66 |
| Lampiran 5. Kartu Bimbingan .....                                     | 68 |
| Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup .....                                | 69 |
| Lampiran 7. Plagiarisme .....                                         | 70 |

