

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
LOTTE GROSIR BOGOR**

SKRIPSI

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

Oleh:

ABDUL AZIZ
NIM: 2411806916



**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 *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
LOTTE GROSIR BOGOR**

Oleh:

Nama : ABDUL AZIZ
NIM : 2411806916
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 15 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Hanantyo 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 *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
LOTTE GROSIR BOGOR**

Oleh:

Nama : ABDUL AZIZ
NIM : 2411806916
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 15 Agustus 2022
Waktu : 10.40 – 12.00 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE., MM

Anggota : Ricky Rizkie, SE., MM

(.....)
(.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ABDUL AZIZ
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 29 Maret 1995
NIM : 2411806916
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201042903950002
Alamat : Kp, Nagrak RT 03 Rw 01, Desa Nagrak, Kecamatan
Sukaraja, Kabupaten Bogor, 16710

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Lotte Grosir 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, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, 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, 15 Agustus 2022

ABDUL AZIZ

ABSTRAK

ABDUL AZIZ. NIM 2411806916. Pengaruh Harga, Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan di Lotte Grosir Bogor

Persaingan dibidang industri retail sangat ketat dan terus meningkat sehingga perusahaan dituntut lebih berinovasi agar tidak kalah saing oleh perusahaan retail lainnya dapat ditinjau dari maraknya bisnis retail di Indonesia, dengan munculnya beberapa bisnis retail yang membuka cabang di berbagai wilayah seperti *Carrefour*, *Hypermart*, *Tip-Top* dan sebagainya. Hal ini menyebabkan rendah nya tingkat loyalitas pelanggan lotte grosir bogor kemungkinan besar disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya harga, promosi dan *store atmosphere*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan di Lotte Grosir Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* . adapun sampel tersebut berjumlah 97 responden, menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan Uji F, Uji t dan uji R^2 . Penelitian ini juga dibantu dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 69,1% faktor-faktor loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh harga, promosi dan *store atmosphere* sedangkan sisanya 30,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan secara simultan variabel harga, promosi dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $F_{hitung} (72,627) > F_{tabel} (2,70)$.

Hasil uji t menunjukkan variabel harga nilai $t_{hitung} (3,299)$ dan variabel promosi $(5,392)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Lotte Grosir Bogor. Adapun variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Lotte Grosir Bogor dengan $t_{hitung} (-0,065)$ dengan nilai $t_{tabel} (-1,985)$. Variabel yang dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Lotte Grosir Bogor adalah promosi.

Kata kunci: harga, promosi dan *store atmosphere*, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

ABDUL AZIZ. NIM 2411806916. *Effect of Price, Promotion, and Store Atmosphere on Customer Loyalty at Lotte Wholesale Bogor.*

Competition in the retail industry is very tight and continues to increase so that companies are required to innovate more so as not to lose competitiveness by other retail companies can be viewed from the rise of retail business in Indonesia, with the emergence of several retail businesses that open branches in various regions such as Carrefour, Hypermart, Tip-Top and so on. This causes the low level of customer loyalty is most likely caused by several factors, including price, promotion and store atmosphere.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of Price, Promotion and Store Atmosphere on Customer Loyalty in Lotte Wholesale 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 purposive sampling. The sample amounted to 97 respondents, using multiple linear regression analysis with hypothesis testing using F test, t test and R^2 test. This study was also assisted by a classical assumption test consisting of normality test, multicollinearity test and heteroskedasticity test.

Regression test results showed that 69.1% of customer loyalty factors can be explained by price, promotion and store atmosphere while the remaining 30.9% is explained by other factors not examined in this study. While the F test results showed simultaneously variable price, promotion and store atmosphere significant effect on customer loyalty with the value $F_{hitung} (72.627) > F_{table} (2.70)$.

t test results showed variable price value $t_{hitung} (3.299)$ and variable promotion (5.392) where $t_{table} (1.985)$ then partially both variables have a significant effect on Customer Loyalty Lotte Wholesale Bogor. The variable store atmosphere no significant effect on Customer Loyalty Lotte Wholesale Bogor with $t_{hitung} (-0.065)$ with the value $t_{table} (-1.985)$. The dominant variable affecting Customer Loyalty in Lotte Wholesale Bogor is promotion.

Keywords: price, promotion and store atmosphere, customer loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, 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 di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan di Lotte Grosir Bogor disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena banyak masyarakat yang suka berbelanja di perusahaan retail khususnya supermarket.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang 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 yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Hanantyoko Dewanto, SP., MM 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 hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bapak Bambang Isworo K selaku SH Human Resource Development Lotte grosir Bogor yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian
9. Ayahanda H.Abdul Kodir dan Ibunda Titin Sutiah serta Palahudin, Ahmad Rosidin, Ahmad Muhaemin dan Ahmad Zaenal Mutakin yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
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, 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 kesuksesan. Amin.

Depok, 15 Agustus 2022
Penulis,

ABDUL AZIZ
NIM: 2411806916

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK.....	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	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	7

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Manajemen Pemasaran	9
2.1.2. Harga	9
2.1.3. Promosi	14
2.1.4. <i>Store Athmosphere</i>	20
2.1.5. Loyalitas Pelanggan.....	29
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Kerangka Konseptual	35
2.4. Hipotesis	36

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.2. Jenis Dan Metode Penelitian	37
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data	40

3.5. Definisi Operasional Variabel	40
3.5.1. Variabel Bebas	41
3.5.2. Variabel Terikat	42
3.6. Teknik Analisis Data	44
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	44
3.6.2. Persamaan Regresi	46
3.6.3. Uji Kualitas Data	47
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	49
3.6.5. Uji Hipotesis	50
3.6.6. Koefisien Determinasi(R^2)	53

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	55
4.1.1. Sejarah Singkat Lotte	55
4.1.2. Visi dan Misi Lotte	55
4.1.3. Struktur Organisasi Lotte	56
4.1.4. Karakteristik Responden	59
4.1.5. Tanggapan Responden	61
1. Harga (X_1)	61
2. Promosi (X_2)	64
3. <i>Store Atmosphere</i> (X_3).....	67
4. Loyalitas Pelanggan (Y)	69
4.1.6. Hasil Uji Kualitas Data	71
1. Uji Validitas	71
2. Uji Reliabilitas	74
4.1.7. Hasil Uji Asumsi Klasik	74
1. Uji Normalitas	75
2. Uji Multikolinearitas	76
3. Uji Heteroskedastisitas	76
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis	77
1. Persamaan Regresi Linear Berganda	78
2. Hasil Uji F (Simultan)	79
3. Hasil Uji t (Parsial).....	79
4. Koefisien Determinasi	80
5. Pengaruh Dominan	81
4.2. Pembahasan	81

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	83
5.2. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Sales Toko Tahun 2021	2
Tabel 1.2. Data Pelanggan tahun 2021	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	37
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3.3. Bobot Penilaian	44
Tabel 3.4. Angka Penafsiran	45
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	60
Tabel 4.2. Tanggapan Responden atas Variabel Harga	62
Tabel 4.3. Tanggapan Responden atas Variabel Promosi	64
Tabel 4.4. Tanggapan Responden atas Variabel <i>Store Athmosphere</i>	67
Tabel 4.5. Tanggapan responden atas Variabel Loyalitas Pelanggan	69
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	71
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	72
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Athmosphere</i>	73
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	73
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.13. Hasil Uji F	79
Tabel 4.14. Hasil Uji t (parsial)	80
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	35
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	56
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	75
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	88
Lampiran 2. Kuesioner	89
Lampiran 3. Tabulasi Data	91
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	92
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	101
Lampiran 6. Tabel F	102
Lampiran 7. Tabel t	103
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup	104