

**PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PABRIK BERAS
MAKMUR BERKAH**

SKRIPSI

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

Oleh:

SAYYID MUHAMAD YUSUF
NIM : 2412008068



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PABRIK BERAS
MAKMUR BERKAH**

Oleh :

Nama : SAYYID MUHAMAD YUSUF
NIM : 2412008068
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 08 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Bambang Suntoro, SE, MM

Menyetujui,
Ketua Progam Studi
Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM.
M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof.Dr. Abdul Hamid, MS



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH STRATEGI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PABRIK BERAS
MAKMUR BERKAH**

Oleh:

Nama : SAYYID MUHAMAD YUSUF
NIM : 2412008068
Program Studi : Manajemen

Telah Ditetapkan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 08 Agustus 2024
Waktu : 17.11 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Aldi Friyatna Dira, SE, MM (.....)

Anggota : Gena Prasetya Noor, SH, MM (.....)

Menyetujui,
Ketua Progam Studi Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM. M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sayyid Muhamad Yusuf
NIM : 2412008068
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3215090612020009
Alamat : Dusun Malaka I Rt/Rw 005/002, Desa Pisangsambo,
Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi berjudul Pengaruh Pengaruh Strategi Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pabrik Beras Makmur Berkah ini merupakan hasil saya sendiri dan bukan merupakan hasil 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.

Dengan 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, 08 Agustus 2024



SAYYID MUHAMAD YUSUF

ABSTRAK

Sayyid Muhamad Yusuf, NIM 2412008068, Pengaruh Strategi Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pabrik Beras Makmur Berkah

Salah satu alasan pentingnya mempertahankan pelanggan adalah karena biaya untuk mendapatkan pelanggan baru semakin tinggi di tengah kompetisi yang ketat. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang strategi yang efektif untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas. Masalah utama yang dihadapi adalah tingginya tingkat persaingan dalam bisnis produksi beras, yang mendorong perusahaan untuk berlomba-lomba meningkatkan loyalitas pelanggan agar mereka tidak beralih ke perusahaan lain. Ini bisa dicapai dengan menghasilkan dan menyampaikan produk dan jasa yang diinginkan konsumen dengan kualitas dan harga yang baik, serta memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi secara persial terhadap loyalitas pelanggan Pabrik Beras Makmur Berkah Dusun Gulampok, Desa Srijaya, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang. Populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga, dengan teknik *accidental sampling*, sehingga diambil sampel 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi (Pengamatan), *interview* (Wawancara), daftar pertanyaan (*Questionnaire*).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis kuantitatif, yaitu analisis yang dilakukan dengan mengkuantifikasikan data penelitian untuk menghasilkan informasi yang diperlukan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t. pengolahan data menggunakan program software SPSS (*Static Package for the Sosial Science*) 24 for windows. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dari Strategi Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pabrik Beras Makmur Berkah dengan nilai rata rata yang didapat dalam 8 pertanyaan terbesar pada katagori setuju sebanyak 46%. Dengan nilai F rata rata sebesar 412. Hasil uji t menunjukkan bahawa nilai t_{hitung} pada tabel analisis regresi diperoleh t_{hitung} 4,930 prosedur mencari statistik tabel dengan

kriteria tingkat signifikansi 0,05 untuk uji dua belah pihak serta df(*degree of freedom*) atau dk (derajat kebebasan)= n-k (jumlah data-2) atau 100-2=98 sehingga diperoleh $t_{tabel} = 0,1966$. Dengan demikian, $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,930 > 0,1966)$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan Promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, masing-masing variabel Harga dan Promosi berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan Pabrik Beras Makmur Berkah.

Kata Kunci : Harga, Promosi dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Sayyid Muhamad Yusuf, NIM 2412008068, *The Influence of Price and Promotion Strategy on Customer Loyalty of the Makmur Berkah Rice Factory*

One of the reasons why retaining customers is important is because the cost of acquiring new customers is getting higher amidst intense competition. Therefore, companies need to design effective strategies to create customer satisfaction and encourage loyalty. The main problem faced is the high level of competition in the rice production business, which encourages companies to compete to increase customer loyalty so that they do not switch to other companies. This can be achieved by producing and delivering products and services that consumers want with good quality and prices, as well as understanding consumer wants and needs.

This research aims to determine the effect of price and partial promotions on customer loyalty at the Makmur Berkah Rice Factory, Gulampok Hamlet, Srijaya Village, Tirtajaya District, Karawang Regency. The population in this study is unlimited, with an accidental sampling technique, so a sample of 100 people was taken. The data collection techniques used were observation, interviews, questionnaires.

In this research the author uses quantitative analysis techniques, namely analysis carried out by quantifying research data to produce the required information. The data analysis technique in this research uses multiple linear regression analysis, t test. Data processing uses the SPSS (Static Package for the Social Science) 24 for Windows software program. The research results show that there is a positive influence of Price and Promotion Strategy on Customer Loyalty of the Makmur Berkah Rice Factory with the average value obtained on the 8 largest questions in the agree category being 46%. With an average F value of 412. The results of the t test show that the tcount value in the regression analysis table obtained a tcount of 4.930. Procedure for searching statistical tables with the criteria of a significance level of 0.05 for a two-sided test and df (degrees of freedom) or dk (degrees of

freedom)= $n-k$ (number of data-2) or $100-2=98$ so you get $t_{table}= 0.1966$. Thus $t_{count} > t_{table}$ or $(4.930 > 0.1966)$ which means there is a significant influence between the price and promotion variables. The results of the research show that partially each Price and Promotion variable has an effect on customer loyalty at the Makmur Berkah Rice Factory.

Keywords: Price, Promotion and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pabrik Beras Makmur Berkah”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan Pemilihan judul tersebut karena penulis fenomena yang ada di Pabrik Beras Makmur Berkah. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari barbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

Dalam proses penulisan, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih.

1. Mildy Rifai, SE selaku ketua Yayasan Nusa Jaya yang telah berusaha mengembangkan STIE GICI Business School ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid M.S selaku ketua STIE GICI Business School yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Dr.(Cand) Eko Yuliawan, SE, M.Si selaku wakil ketua STIE GICI Business School yang telah mengelola kampus dengan baik.
4. Drs. Henky Hendrawan, MM. M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE GICI Business School yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B
5. Bambang Suntoro, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun Proposal Skripsi dengan nilai baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen STIE GICI Business School khususnya Program Studi 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.

8. Teman-teman mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di STIE GICI Business School selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Bapak H Dede Umarudin selaku Pemilik Pabrik Beras Makmur Berkah yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Alm Ayahanda Muhamad Jumron, S.Pd.i dan Almh Ibunda Risa Nurkamilah, S.Pd dan Keluarga yang selalu mendoakan memberikan semangat nasihat, serta dukungan besar kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan Skripsi ini dengan baik.
11. Kepada Dina Yunita Sari selaku calon istri yang telah membantu, menemani, dan mensupport saya selama proses pembuatan Skripsi ini.
12. 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. Aamiin.

Karawang, 24 Februari 2024

Penulis,



SAYYID MUHAMAD YUSUF

NIM : 2412008068

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	ixx
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xivv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Strategi	8
2.1.2. Tingkatan Strategi	8
2.1.3. Tujuan Strategi	10
2.1.4. Komponen Strategi.....	11
2.1.5. Pengertian Harga	11
2.1.6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	12

2.1.7.	Indikator Harga	12
2.1.8.	Pengertian Strategi Penetapan Harga	13
2.1.9.	Tujuan Penetapan Harga	14
2.1.10.	Metode Penetapan Harga	14
2.1.11.	Pengertian Promosi	15
2.1.12.	Promotion Mix	16
2.1.13.	Pengertian Promosi Penjualan	17
2.1.14.	Indikator Promosi.....	17
2.1.15.	Pengertian Loyalitas	18
2.1.16.	Indikator Loyalitas	18
2.1.17.	Faktor yang Membentuk Loyalitas	19
2.1.18.	Pengertian Loyalitas Pelanggan	19
2.1.19.	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	20
2.1.20.	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3.	Kerangka Konseptual	25
2.4.	Hipotesis	26
BAB III		27
METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2.	Jenis Penelitian	27
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.3.1.	Populasi.....	29
3.3.2.	Sampel.....	29
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.	Definisi Operasional Variabel	31
3.5.1	Variabel Bebas	32
3.5.2	Variabel Terikat	34
3.6.	Teknik Analisis Data	35
3.6.1.	Skala dan Angka Penafsiran	35
3.6.2.	Persamaan Regresi	36
3.6.3.	Uji Kualitas Data.....	37
3.6.4.	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.5.	Uji Hipotesis	39

BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.2. Karakteristik Responden.....	41
4.1.3. Tanggapan Responden	43
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	46
4.1.5. Uji Normalitas	49
4.1.6. Uji Multikolinieritas.....	50
4.1.7. Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.1.8. Uji Signifikansi t	53
4.2. Pembahasan	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1. Simpulan.....	55
5.2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 data penggilingan dan penjualan pabrik beras makmur berkah dalam periode bulan Januari sampai dengan Desember 2023	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.3 Skala dan Angka Penafsiran	35
Tabel 3.4 Angka Penafsiran	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	42
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Variabel harga	43
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Promosi	44
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi.....	51
Tabel 2.13 Hasil Uji Signifikan t	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.2 Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Surat Keterangan Penelitian	58
Lampiran 1.2 Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 1.3 Hasil Kuesioner	64
Lampiran 1.4 Tabel r.....	65
Lampiran 1.5 Hasil Output SPSS.....	66
Lampiran 1.6 Kartu Bimbingan	69
Lampiran 1.7 Hasil Turnitin.....	70
Lampiran 1.8 Daftar Riwayat Hidup.....	71