

**PENGARUH HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
CHAMPION CAFE MEDAN**

Skripsi



Oleh :

**SUSI SUSANTI MANULLANG
160311007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA
MEDAN
2020**

**PENGARUH HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
CHAMPION CAFE MEDAN**

Skripsi

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Sari Mutiara Indonesia*



Oleh :

**SUSI SUSANTI MANULLANG
160311007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA
MEDAN
2020**

**Halaman Persetujuan Sidang Meja Hijau
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Sari Mutiara Indonesia**

**SKRIPSI:
PENGARUH HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA CHAMPION CAFE MEDAN**



Medan, 21 Agustus 2020
Ketua Program Studi,

Elisabeth Tambunan, S.E., M.M
NIDN: 0114097203

Medan, 21 Agustus 2020
Pembimbing,

Dr. Elisabeth Haloho, M.M
NIDN: 0126047501

Medan, 21 Agustus 2020
Dekan FEIS,

Dr. Elisabeth Haloho, M.M
NIDN: 0126047501

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CHAMPION CAFE MEDAN

Yang disusun oleh :

Nama : Susi Susanti Manullang
NIM : 160311007
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Program Studi : Manajemen
Bidang Pengajian : Pemasaran

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji pada tanggal 21 Agustus 2020 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua penguji : Dr. Elisabeth Haloho, S.T., M.M

Anggota : 1. Elisabeth Tambunan, S.E., M.M

2. Mery Lani Purba, S.E., M.Si

Tanda tangan

()

()

()

Disetujui Oleh :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Sari Mutiara Indonesia



(Dr. Elisabeth Haloho, S.T., M.M)

Diketahui Oleh :
Ketua Program Studi,



(Elisabeth Tambunan, S.E., M.M)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Susi Susanti Manullang
Nim : 160311007
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Program studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

PENGARUH HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CHAMPION CAFÉ MEDAN

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Medan, 21 Agustus 2019

Pembuat Pernyataan,



Susi Susanti Manullang

NIM : 160311007

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama : Susi Susanti Manullang
JenisKelamin : Perempuan
Tempat /Tanggal Lahir : Medan, 03 Agustus 1998
Agama : Kristen
Alamat Rumah : Hutajulu Kec. Parlilitan Kab. Humbang Hasundutan
Alamat Email : susimanullang98@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Sekolah Dasar (2003-2009) : SD Negeri 174545 Parlilitan
Sekolah Menengah Pertama (2009-2012) : SMP Negeri 1 Parlilitan
Sekolah Menengah kejuruan (2012-2015) : SMK Negeri 1 Parlilitan
Perguruan Tinggi (2016-2020) : S1 Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Sari Mutiara Indonesia.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan YME, atas rahmat dan berkat yang telah diberikan-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CHAMPION CAFE MEDAN. Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ivan Elisabeth Purba, M.Kes, selaku Rektor Universitas Sari Mutiara Indonesia.
2. Dr.Elizabeth Haloho, S.T.,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan saran-saran kepada peneliti sejak awal pembuatan skripsi sampai terselesaikannya skripsi ini..
3. Ibu Elisabet Tambunan, S.E.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial sekaligus sebagai dosen penguji I yang telah memberikan saran dan masukan untuk perbaikan skripsi berlangsung.

4. Ibu Mery Lani Purba, S.E., M.Si selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran-saran dalam perbaikan untuk penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Seluruh Dosen Pengajar Manajemen yang telah memberikan ilmu bermanfaat kepada penulis.
6. Orang yang istimewa dalam hidup saya Bapak tersayang A.Manullang dan Mama tersayang N.Siringo serta abang, kakak, dan adek yang tersayang yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil yang sangat mendorong penulis untuk terus berusaha dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman penulis Manajemen Stambuk 2016 yang saling membantu dan memberikan masukan kepada penulis.

Penulis hanya bisa memberikan doa dan rasa terimakasih kepada semua orang yang terlibat dalam penelitian ini. Hasil laporan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis juga menerima masukan dan kritik guna perbaikan laporan yang akan datang. Akhir kata, semoga penelitian bisa dilanjutkan agar bisa menjadi ilmu yang lengkap dan utuh.

Medan, Juni 2020
Penulis

Susi Susanti Manullang

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN TEORITIS	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2. Harga	10
2.2.1 Pengertian Harga	10
2.2.2 Peranan Harga	10
2.2.3 Indikator Harga	11
2.3 Keragaman Produk	12
2.3.1 Indikator Keragaman Produk	13
2.4 Loyalitas Pelanggan	13
2.4.1 Tahapan-Tahapan Loyalitas Konsumen	15
2.4.2 Keuntungan Memiliki Konsumen Loyal	16
2.4.3 Indikator Loyalitas Konsumen	17
2.5 Penelitian Terdahulu	18
2.6 Kerangka Konseptual	19
2.7 Hipotesis	20

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Lokasi Penelitian	21
3.2.1 Waktu Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.3.1 Populasi	22
3.3.2 Sampel	22
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	24
3.4.1 Sumber Data	24
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.4.2.1 Kuesioner	25
3.5 Definisi Operasional Variabel	26
3.6 Uji Instrumen Penelitian	28
3.6.1 Uji Validitas	28
3.6.2 Uji Reliabilitas	28
3.7 Uji Asumsi Klasik	29
3.7.1 Uji Normalitas	29
3.7.2 Uji Multikolinearitas	29
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	30
3.8 Teknik Analisa Data	30
3.8.1 Analisis Linier Berganda	30
3.9 Uji Hipotesis	31
3.9.1 Uji Parsial (Uji t)	31
3.9.2 Uji Simultasn (Uji F)	31
3.9.3 Koefisien Determinan (R^2)	32
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	34
4.1.2 Logo Perusahaan	35
4.1.3 Struktur Organisasi	34

4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	36
4.3 Hasil Penelitian	37
4.3.1 Uji Validitas	37
4.3.2 Uji Reabilitas	40
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	41
4.4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	53
4.4.1 Uji Normalitas	53
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	54
4.4.3 Uji Multikolinieritas	57
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	58
4.5.1 Regresi Linier Berganda	58
4.5.2 Uji Parsial (Uji t)	59
4.5.3 Uji Simultan (Uji F)	59
4.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	62
4.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	62
4.6.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	63
4.6.3 Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Champion Cafe Medan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jawaban Pra Survey Harga	4
Tabel 1.2 Jawaban Pra Survey Keragaman Produk	4
Tabel 1.3 Jawaban Pra Survey Loyalitas Pelanggan.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Skedul Penelitian	22
Tabel 3.2 Skor Pertanyaan	26
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Uji Validitas Independen Variabel Harga	38
Tabel 4.4 Uji Validitas Independen Keragaman Produk	39
Tabel 4.5 Uji Validitas Dependen Loyalitas Pelanggan	39
Tabel 4.6 Uji Reabilitas Instrumen Variabel	40
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Harga	41
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Keragaman Produk	45
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan	48
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.12 Uji t	60
Tabel 4.13 Uji f	61
Tabel 4.14 Uji R ²	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	35
Gambar 4.3 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	53
Gambar 4.4 Pendekatan Histogram Uji Normalitas	54
Gambar 4.5 Scatter Plot Uji Normalitas	55
Gambar 4.6 Scatter uji Heteroskedastisitas.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	70
Lampiran 2 Hasil Jawaban Sampel	73
Lampiran 3 Uji Validitas	82
Lampiran 4 Uji Realibilitas	85
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	85
Lampiran 6 Hasil analisis Linier Berganda	87
Lampiran 7 Distribusi Nilai T Tabel	88
Lampiran 8 F Tabel	89
Lampiran 9 R Tabel	90
Lampiran 10 Surat Keputusan Dosen	91
Lampiran 11 Berita Bimbingan	92
Lampiran 12 Surat Balasan Penelitian	94
Lampiran 13 Surat Penelitian dari Universitas	95

