

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PENGGUNA HANDPHONE MEREK VIVO PADA  
MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**EKA WIDYANI  
NPM. 18610163**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2022**



**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PENGGUNA HANDPHONE MEREK VIVO PADA  
MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**SKRIPSI**

Diajukan  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Program Studi Manajemen

**OLEH:**

**EKA WIDYANI  
NPM. 18610163**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**

## ABSTRAK

Eka Widayani. 2022. Pengaruh Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pengguna Handphone Merek Vivo Pada Mahasiswa Feb Universitas Muhammadiyah Metro. Skripsi. Program Studi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) H. Suwanto, S.E., M.M. Pembimbing (II) Nani Septiana, S.E., M.M.

Pelanggan akan loyal terhadap produk perusahaan jika produk yang dimiliki memiliki kualitas yang bagus, harga yang terjangkau dan pendistribusian yang lancar. Sebelum pelanggan loyal, biasanya pelanggan akan merasa puas terhadap produk perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan distribusi terhadap loyalitas pelanggan baik secara langsung atau tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Objek dalam penelitian yaitu produk, harga, distribusi, loyalitas, dan kepuasan pelanggan pada pengguna Handpone merek Vivo. Adapun populasi dalam penelitian adalah mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Sampel dalam penelitian diambil dengan menggunakan teknik random sampling dengan jumlah sampling ditentukan dengan metode slovin. Jumlah sampel yang dihasilkan adalah 91 responden. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, distribusi berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Produk, harga, dan distribusi berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan, yaitu melalui kepuasan pelanggan .

**Kata Kunci:** produk, harga, distribusi, loyalitas, kepuasan pelanggan

## **ABSTRACT**

Eka Widyani. 2022. Effect of Product, Price and Distribution on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an Intervening Variable for Vivo Brand Mobile Users in Students of Universitas Muhammadiyah Metro. Thesis. Management Studies Program. Metro Muhammadiyah University. Supervisor (I) H. Suwanto, S.E., M.M. Supervisor (II) Nani Septiana, S.E., M.M.

Customers will be loyal to the company's products if the products they have have good quality, affordable prices and smooth distribution. Before loyal customers, usually customers will feel satisfied with the company's products. The purpose of this study was to determine the effect of product, price, and distribution on customer loyalty either directly or indirectly through customer satisfaction.

The research method uses quantitative research. The objects in this research are product, price, distribution, loyalty, and customer satisfaction for Vivo brand mobile phone users. The population in the study were FEB students, Muhammadiyah Metro University. The sample in this study was taken using a random sampling technique with the number of sampling determined by the slovin method. The number of samples produced is 91 respondents. The instrument in this study used a questionnaire. Data analysis in this study used path analysis.

The results showed that the product has a direct effect on customer loyalty, price has a direct effect on customer loyalty, distribution has a direct effect on customer loyalty. Product, price, and distribution have an indirect effect on customer loyalty, namely through customer satisfaction.

Keywords: product, price, distribution, loyalty, customer satisfaction

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PENGGUNA HANDPHONE MEREK VIVO PADA  
MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

EKA WIDYANI  
18610163

Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



**H. Suwanto, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0223027901**

Dosen Pembimbing II



**Nani Septiana, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0210036801**

Mengetahui  
Kaprosdi Manajemen



**Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0223027901**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PENGGUNA HANDPHONE MEREK VIVO PADA  
MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO


EKA WIDYANI  
18610163

Hari : Jumat  
Tanggal : 9 September 2022  
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro


Tim Penguji,

  
H. Suwanto, S.E., M.  
NIDN. 0223027901

Ketua

  
Nani Septiana, S.E., M.  
NIDN. 0210036801

Sekretaris

  
Ratmono, S.E., M.M.  
NIDN.

Penguji Utama

Mengetahui  
Dekan Fakultas Manajemen dan Bisnis



## MOTTO

*“ sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

*(QS. Al-Insyirah:5-6)*

Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari ALLAH.

*“Meningkatkan Mutu diri adalah bagian keberhasilan”*

*(Penulis)*



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku yang tidak pernah lelah untuk mendo'akan dan mendukung penelitian baik dalam bentuk moril materil serta selalu mencurahkan kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas.
2. Saudara-saudaraku yang selalu mendukung dan mendo'akan.
3. Sahabat-sahabat terbaikku yang telah member semangat dan motivasi.
4. Almamater Universitas Mumahammadiyah Metro.

Semoga orang yang telah berjasa sehingga skripsi ini selesai dibalas dengan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat nya saya dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik tanpa suatu halangan apapun. Penulis menghadapi berbagai macam kesulitan dan kendala selama penyusunan proposal ini , namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan leh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih ini kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd, Rektor Universitas Muhamadiyah Metro.
2. Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M., ketua program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro,
3. Suwarto, S.E., M.M. Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengrahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikan proposal ini.
4. Nani Septiana, S.E., M.M. Dosen Pembimbing II yang tiada lelah dan banyak meluangkan waktu untuk membantu saya menyelesaikan proposal ini, dan juga telah memberikan banyak saran, motivasi, serta bimbingan yang tiada bisa dibalas dengan apapun.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro yang sabar dan tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Dan semua pihak yang membantu menyelesaikan proposal ini.

Proposal ini masih memiliki banyak kekurangan dalam berbagai aspek sehingga masih jauh dari kesempurnaan . Untuk itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan serta keterbatasan pada proposal ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat diakomodir dan dapat menjadi acuan dalam penyusunan proposal kedepan.

Metro, Februari 2022  
Penulis



**Eka Widyaningrum**  
NPM. 18610063

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eka Widyani  
NPM : 18610163  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PENGGUNA HANDPHONE MEREK VIVO PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**” adalah karya saya dan bukan hasil plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana dan akan mempertanggungjawabkannya secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 14 September 2022

Yang membuat pernyataan



**Eka Widyani**  
**NPM. 18610163**



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 3157/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : EKA WIDYANI  
NPM : 18610163  
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PENGGUNA HANDPHONE MEREK VIVO PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 13 September 2022  
Kepala Unit,



Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.  
NIDN. 0203128801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

Website: [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)

E-mail: [upi@ummetro.ac.id](mailto:upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
RINGKASAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	xiii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI KESAMAAN ( <i>Similarity Check</i> ).....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR.....</b>	<b>8</b>
A. Deskripsi Teori.....	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
2. Produk.....	11
3. Harga.....	13
4. Saluran Distribusi.....	14
5. Kepuasan.....	15
6. Loyalitas Pelanggan.....	20
B. Penelitian Relevan.....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	19
D. Hipotesis.....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	26
C. Jenis data dan Teknik Pengumpulan Data.....	26

D. Teknik Pengumpulan Data .....	30
E. Pengujian Prasyarat Instrumen .....	32
F. Pengujian Prasyarat Analisis.....	34
G. Pengujian Hipotesis .....	35
H. Hipotesis Statistik.....	36

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	38
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	38
B. Hasil Penelitian.....	40
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	40
a. Uji Validitas .....	40
b. Uji Reliabilitas .....	41
C. Analisis Data .....	41
1. Pengujian Normalitas.....	42
2. Distribusi Frekuensi Data.....	47
3. Uji Linieritas .....	48
4. Pengujian Model Analisis.....	51
a. Analisis Jalur .....	53
D. Pembahasan .....	53

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	57
B. Saran.....	57

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>
--------------------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Persentase Hasil Penjualan Handpone.....	3
2. Ringkasan Penelitian Relevan .....	22
3. Kisi-kisi Instrumen .....	19

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Top 5 Vendor Handphone .....	2
2. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	16
3. Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan .....	17
4. Kerangka Pemikiran.....	24